

Privater Masterstudiengang Kommunikationsforschung: Neue Themen, Medien und Zielgruppen



Privater Masterstudiengang Kommunikationsforschung: Neue Themen, Medien und Zielgruppen

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/masterstudiengang/masterstudiengang-kommunikationsforschung-neue-themen-medien-zielgruppen

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 12

04

Kursleitung

Seite 16

05

Struktur und Inhalt

Seite 20

06

Methodik

Seite 32

07

Qualifizierung

Seite 40

01

Präsentation

Einer der größten Schwachpunkte, die in der Welt der Kommunikationsforschung festgestellt wurden, ist das Fehlen einer spezifischen Fortbildung für viele der in diesem Bereich tätigen Fachleute. Die traditionellen Formen der klassischen Medien, wie Fernsehen und Kino, wurden durch neue Konsum- und Kommunikationsformen ergänzt: Netflix, HBO und Amazon Prime. In diesem Programm werden die Teilnehmer in den Phasen weitergebildet, die sie durchlaufen müssen, um ein machbares und solides Forschungsprojekt zu erstellen. Sie werden lernen, je nach Projektziel den richtigen Ansatz zu wählen und die richtigen Instrumente für die Sammlung von Informationen und deren endgültige Verbreitung zu wählen.



PGMA PGM 100TV

Präsentation | 05 **tech**



“

Lernen Sie, wie man ein komplettes und fundiertes Kommunikationsforschungsprojekt entwickelt und dabei die geeigneten Instrumente für traditionelle Modelle und neue Paradigmen einsetzt"

Die Forschung in den Kommunikationswissenschaften hat ihre eigenen Protokolle; man muss lernen, den richtigen Ansatz je nach den mit dem Projekt verfolgten Zielen zu wählen und die richtigen Instrumente für seine Entwicklung zu beherrschen.

In diesem privaten Masterstudiengang werden alle Aspekte der Forschungsarbeit methodisch entwickelt. Traditionelle Formen der Forschung in etablierten Medien wie Fernsehen und Film werden mit einer neuen und kraftvollen Ergänzung angegangen. Das Kommunikationsmodell und seine erfolgreichsten Darstellungen werden erörtert: Netflix, HBO und Amazon Prime, um die neuen Kommunikationsstandards und Konsumformen zu verstehen.

Im so genannten "Informationszeitalter" gibt es jedoch ohne richtig entwickelte digitale Fähigkeiten, kritisches Denken und Informationsmanagement zweideutige Wahrheiten, Spekulationen und unbegründete Meinungen, die ohne gründliche Überprüfung wiederholt werden. Daher werden die grundlegenden Algorithmen zum Schutz vor dem sogenannten *Fake-News*-Phänomen erörtert.

Bei der Untersuchung der Kommunikation ist es wichtig, die Entwicklung der Medien und die in ihnen verwendeten Codes zu ermitteln. Facebook, Instagram, Twitter und Youtube sind die neuen Räume, in denen die Gesellschaft interagiert. Als neues Element fügte TECH reflexive Führungsfähigkeiten hinzu, mit Strategien zur Ermittlung von Möglichkeiten für Veränderungen, Maßnahmen und die Sichtbarkeit des Erreichten.

All diese Kenntnisse werden in ein Forschungsprojekt einfließen, dessen theoretisch fundierter und wissenschaftlich strenger Ansatz das Endprodukt dieses Programms sein wird. Dieses Projekt wird von Experten begleitet und betreut, die in aktuellen Gesprächen den perfekten Raum für die Projektanwendung finden.

Dieser **Privater Masterstudiengang in Kommunikationsforschung: Neue Themen, Medien und Zielgruppen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Neueste Technologie in der E-Learning-Software
- ♦ Intensiv visuelles Lehrsystem, unterstützt durch grafische und schematische Inhalte, die leicht zu erfassen und zu verstehen sind
- ♦ Entwicklung von Fallstudien, die von aktiven Experten vorgestellt werden
- ♦ Hochmoderne interaktive Videosysteme
- ♦ Der Unterricht wird durch Telepraktika unterstützt
- ♦ Ständige Aktualisierung und Recycling-Systeme
- ♦ Selbstgesteuertes Lernen: Vollständige Kompatibilität mit anderen Berufen
- ♦ Praktische Übungen zur Selbstbeurteilung und Überprüfung des Gelernten
- ♦ Hilfsgruppen und Bildungssynergien: Fragen an den Experten, Diskussions- und Wissensforen
- ♦ Kommunikation mit der Lehrkraft und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Verfügbarkeit von Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss
- ♦ Datenbanken mit ergänzenden Unterlagen, die auch nach dem Kurs ständig verfügbar sind.



Entwickeln Sie Ihre Recherchefähigkeiten und lernen Sie, thematische Knotenpunkte und Probleme in alltäglichen Umgebungen zu identifizieren“

“ *Kontextbezogenes und reales Lernen, das es Ihnen ermöglicht, das Gelernte durch neue Fähigkeiten und Kompetenzen in die Praxis umzusetzen* ”

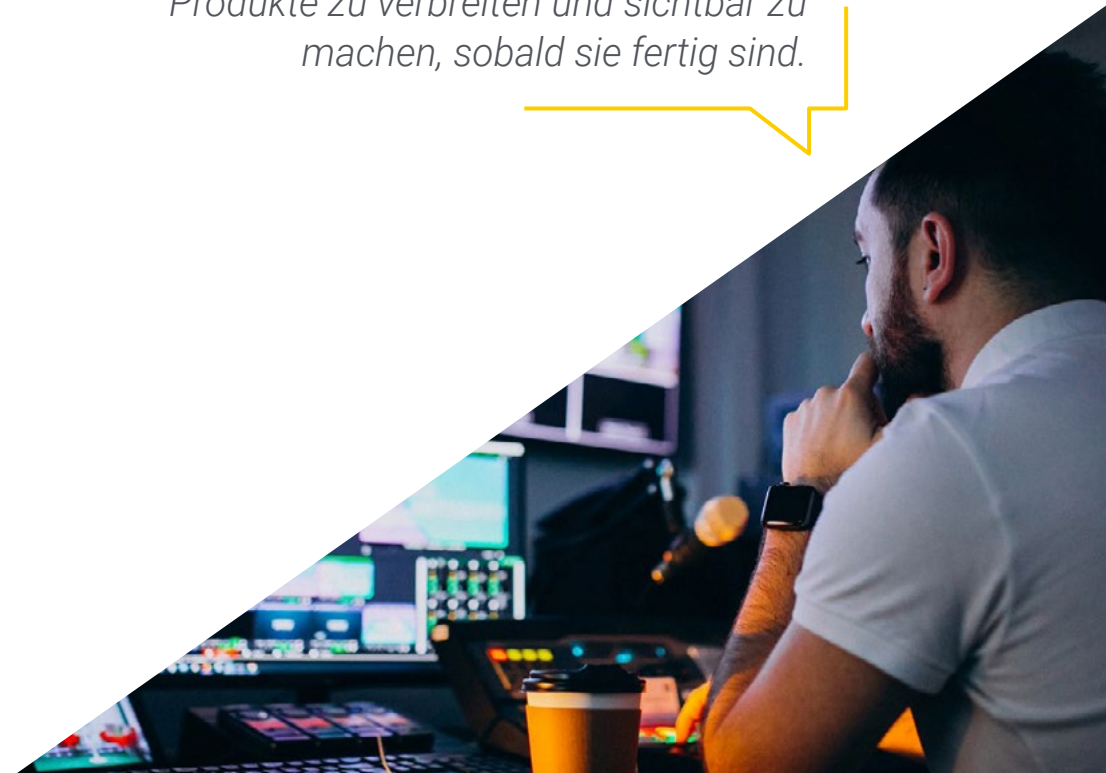
Unser Lehrkörper setzt sich aus berufstätigen Fachleuten zusammen. Auf diese Weise wird das angestrebte Ziel der pädagogischen Fortbildung erreicht. Ein multidisziplinäres Team von qualifizierten und erfahrenen Lehrkräften, die in verschiedenen Bereichen tätig sind, wird die theoretischen Kenntnisse auf effiziente Weise vermitteln, aber vor allem das praktische Wissen aus ihrer eigenen Erfahrung in den Dienst des Kurses stellen; dies ist eine der besonderen Qualitäten dieser Fortbildung.

Diese Beherrschung des Themas wird durch die Effizienz des methodischen Konzepts dieses privaten Masterstudiengangs ergänzt. Es wurde von einem multidisziplinären Team von *E-Learning*-Experten entwickelt und integriert die neuesten Fortschritte in der Bildungstechnologie. Auf diese Weise können Sie mit einer Reihe praktischer und vielseitiger multimedialer Hilfsmittel lernen, die Ihnen die nötige Handlungsfähigkeit für Ihre Fortbildung bieten.

Das Programm basiert auf problemorientiertem Lernen: ein Ansatz, der Lernen als einen eminent praktischen Prozess begreift. Um dies aus der Ferne zu erreichen, wird die Telepraxis eingesetzt: Mit Hilfe eines innovativen interaktiven Videosystems und dem *Learning from an Expert* kann sich der Student das Wissen so aneignen, als ob er das Szenario, das er gerade lernt, in diesem Moment selbst erleben würde. Ein Konzept, das es ermöglichen wird, das Lernen auf eine realistischere und dauerhaftere Weise zu integrieren und zu festigen.

Die behandelten Themen und die zu untersuchenden Medien sind diejenigen, die das heutige Kommunikationsszenario beherrschen: Internet und alle damit verbundenen Medien.

Ein praktisches und realistisches Programm, das Ihnen die notwendigen Werkzeuge an die Hand gibt, um Ihre Produkte zu verbreiten und sichtbar zu machen, sobald sie fertig sind.



02 Ziele

Das Ziel von TECH ist es, hochqualifizierte Fachkräfte für die Praxis fortzubilden. Ein Ziel, das im Übrigen auf globaler Ebene durch die Förderung einer menschlichen Entwicklung ergänzt wird, die den Grundstein für eine bessere Gesellschaft legt. Dieses Ziel wird dadurch erreicht, dass die Kommunikationsfachleute Zugang zu einem viel höheren Maß an Kompetenz und Kontrolle erhalten. Ein Ziel, das in nur sechs Monaten mit einem Kurs von hoher Intensität und Präzision erreicht werden kann.





“

Während des privaten Masterstudiengangs werden Sie die Fähigkeit erwerben, problematische Situationen und Forschungsmöglichkeiten zu erkennen und sie mit den entsprechenden Werkzeugen professionell anzugehen"



Allgemeine Ziele

- ♦ Formulierung eines Forschungsproblems
- ♦ Entwicklung eines kontextuellen Rahmens
- ♦ Erstellung und Validierung von Modellen
- ♦ Erstellung und Validierung von Datenerfassungsinstrumenten
- ♦ Beherrschung von Datenanalysetechniken
- ♦ Strukturierung einer wissenschaftlichen Arbeit
- ♦ Beherrschung des wissenschaftlichen Schreibens
- ♦ In der Lage sein, an einer wissenschaftlichen Sitzung teilzunehmen und Ergebnisse sichtbar zu machen
- ♦ Entwicklung von Informationsmanagement, kritischem Denken und Problemlösungskompetenz



Entwickeln Sie die Kommunikationsfähigkeiten und das formale Gerüst, um hochwertige Produktionen in sozialen und akademischen Szenarien von größerer Tragweite zu verbreiten und sichtbar zu machen"





Spezifische Ziele

Modul 1. Forschungsmethodik: Perspektiven und Paradigmen

- ♦ Unterscheidung der verschiedenen Forschungsmethoden und -ansätze und Fähigkeit zur Auswahl der am besten geeigneten Methode für ihr Forschungsprojekt
- ♦ Auswahl der geeigneten Methodik je nach Art der durchgeführten Forschung

Modul 2. Forschung in den Bereichen Film, Fernsehen und neue Medien (Netflix, HBO, Amazon Prime)

- ♦ Identifizierung neuer Forschungsfelder im Bereich der Kommunikation und ihrer Möglichkeiten für die Forschungsarbeit
- ♦ Auswahl der relevanten Forschungsrichtung für die Sichtbarkeit Ihrer Forschung sowie die Gültigkeit Ihrer Forschung

Modul 3. Ethik und Entscheidungsfindung für Kommunikationsfachleute

- ♦ Beurteilung der ethischen Elemente im Zusammenhang mit dem Kommunikationsprozess
- ♦ Unterscheidung der Bedeutung der Anwendung grundlegender ethischer Prinzipien in der heutigen Welt

Modul 4. Die Macht der Meinung und die Krise der Kommunikation

- ♦ Unterscheidung der Besonderheiten des Kommunikationsprozesses in der heutigen Welt und der Elemente, die den Wahrheitsgehalt der einzelnen Informationen beeinträchtigen
- ♦ Unterscheidung zwischen wahrheitsgemäßen Informationen und manipulierten Informationen

Modul 5. Digitale Umgebungen und der Kommunikationsprozess

- ♦ Entdeckung von Möglichkeiten für Forschung und Kommunikation in den neuen Kommunikationsmedien und für die Sichtbarkeit der erzeugten Produkte
- ♦ Unterscheidung der Fähigkeiten und des Potenzials der gängigsten neuen Medien zur Schaffung erfolgreicher Beziehungen zu ihrem soziokulturellen Umfeld

Modul 6. Das Neueste aus der Kommunikationsforschung

- ♦ Verständnis der neuen Kommunikationsmedien und der Komplexität ihrer Konstruktion
- ♦ Kenntnis und Anwendung der Kriterien, die erforderlich sind, um sie positiv zu positionieren

Modul 7. Neue Kommunikationsmedien im 21. Jahrhundert

- ♦ Unterscheidung der neuen Kommunikationsszenarien und ihrer Codes, um in sie als Studienobjekt und Handlungskontext einzugreifen.
- ♦ In Anbetracht der Bedeutung und der unbestrittenen Relevanz der neuen Medien und Kommunikationsräume

Modul 8. Forschung und ihre Veröffentlichung

- ♦ Entdeckung der verschiedenen Szenarien und Möglichkeiten für die Sichtbarkeit der Kommunikationsforschung
- ♦ Nutzung der am besten geeigneten Kanäle für die Veröffentlichung ihrer Forschungsergebnisse und Unterscheidung zwischen diesen und weniger effizienten Kanälen

Modul 9. Die reflektierende Führungskraft in der Kommunikation: Erkennung von Problemen

- ♦ Stärkung der Problemlösungskompetenz als reflektierende Führungskraft und Ergreifen von Chancen in der Kommunikationsforschung
- ♦ Entwicklung von Strategien zur Lösung von Problemsituationen

Modul 10. Abschlussprojekt

- ♦ Umsetzung des Gelernten in die Praxis durch die Konzeption und Durchführung eines Forschungsprojekts im Bereich der Kommunikation
- ♦ Ermittlung von Forschungsmöglichkeiten und Durchführung eines Projekts unter Verwendung geeigneter Instrumente, Theorien und Methoden

03

Kompetenzen

Die Kommunikation ist ein Bereich, der sich ständig weiterentwickelt und verbessert. Diese Eigenschaft bedeutet, dass die Fachleute eine echte Leidenschaft für ihre Arbeit haben müssen: Ständige Fortbildung und Aktualisierung ist eine der wesentlichen Voraussetzungen, um bei der Qualität an der Spitze zu bleiben. Dieser private Masterstudiengang wird es Ihnen ermöglichen, die dafür notwendigen Kompetenzen zu erwerben. Dabei werden drei Schlüsselkompetenzen bereichsübergreifend entwickelt: Informationsmanagement, kritisches Denken und Problemlösungsfähigkeit. Jede dieser Stufen ist in Beherrschungsniveaus und Indikatoren unterteilt, die mit dem Fortschreiten des Programms immer komplexer werden. Ein umfassender Ansatz in einer Spezialisierung auf hohem Niveau, die den Unterschied macht.



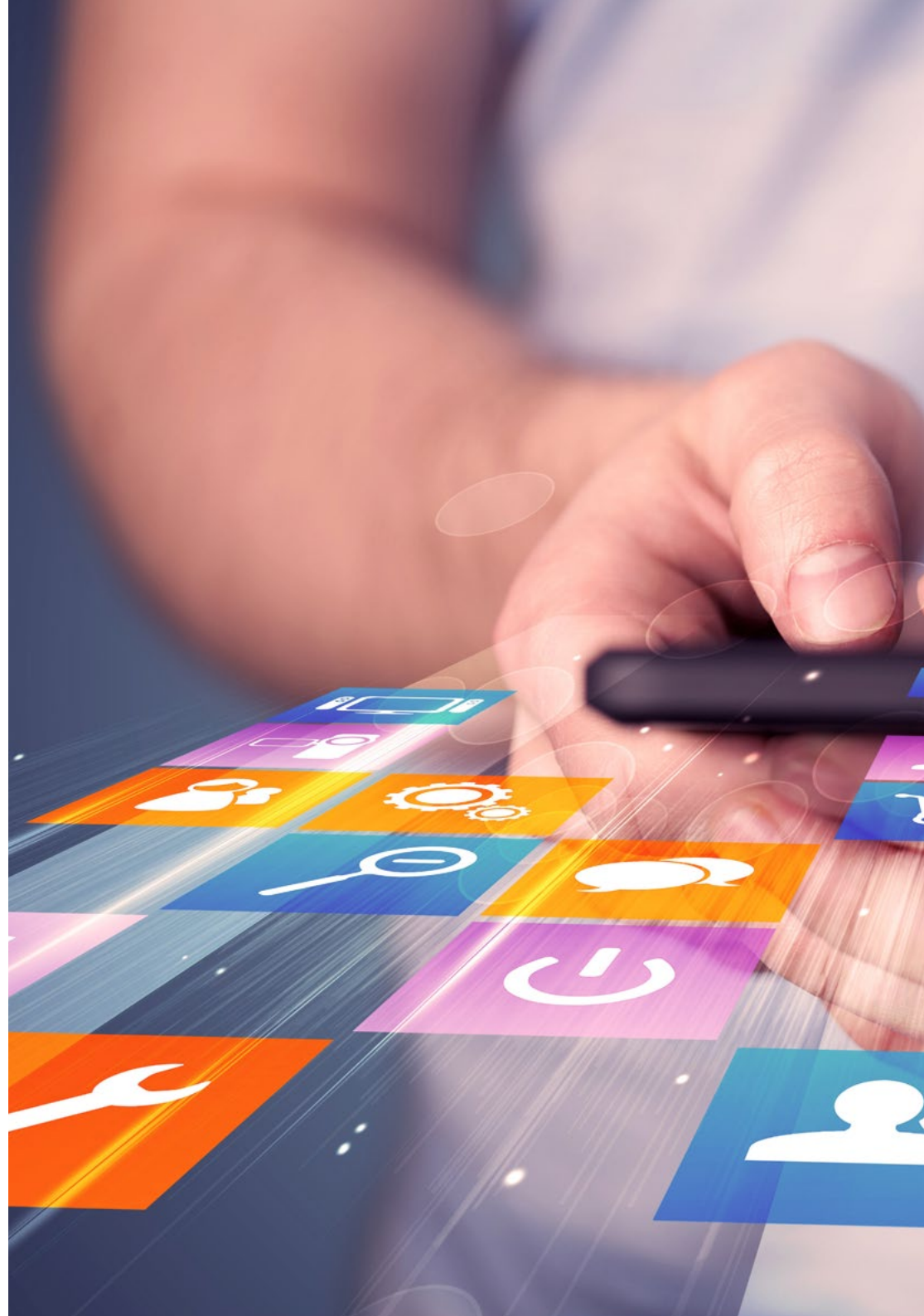
“

Die notwendigen Fähigkeiten, um sich durch eine schrittweise und intensive Entwicklung Ihrer persönlichen und beruflichen Werkzeuge an die Spitze der Kommunikation in allen ihren Bereichen zu setzen"



Allgemeine Kompetenzen

- ♦ Unterscheidung der wichtigsten Unterschiede zwischen den Forschungsmethoden
- ♦ Auswahl der richtigen Methodik sowie der geeigneten Techniken und Instrumente für die Datenerhebung je nach Art und Merkmalen des Untersuchungsgegenstands
- ♦ Identifizierung aufkommender Themen und Fragestellungen
- ♦ In der Lage sein, ihre Forschung in die aktuellsten und gültigsten Forschungslinien einzubringen
- ♦ Unterscheidung der Besonderheiten des Kommunikationsprozesses in der heutigen Welt und der Elemente, die den Wahrheitsgehalt der einzelnen Informationen beeinträchtigen





Spezifische Kompetenzen

- ♦ Unterscheidung zwischen wahrheitsgemäßen Informationen und manipulierten Informationen
- ♦ In der Lage sein, relevante Informationen unterschiedlicher Herkunft und Art systematisch miteinander in Beziehung zu setzen, um durch eine rigorose intellektuelle Produktion, die das Urheberrecht respektiert, relevant auf verschiedene Ansätze reagieren zu können
- ♦ Bewertung der verfügbaren Informationen mit Strenge und Methode, um die am besten geeignete neue Lösung oder Änderung zu bestimmen
- ♦ Bestimmung der Funktionalitäten der neuen Umgebungen für die angemessene Verarbeitung verschiedener Arten von Informationen
- ♦ Verwendung einer Auswahl selbstbestimmter Umgebungen für ein effektives Informationsmanagement im Rahmen ihrer beruflichen Praxis
- ♦ Ermittlung von Forschungsmöglichkeiten auf dem Gebiet der Kommunikation
- ♦ Integration ihrer Forschung in neu entstehende Themenbereiche
- ♦ Erkennung der Bedeutung neuer Kommunikationsräume für das Verständnis sozialer Ereignisse in unterschiedlichen Räumen und Zeiten
- ♦ Überprüfung und Aktualisierung ihrer Kenntnisse über neue Kommunikationsräume verschiedener Art, die für das Verständnis ihrer Umwelt von Interesse sind
- ♦ Präsentation des Inhalts ihrer Forschung in einer kohärenten und zusammenhängenden Weise in einem angemessenen Rahmen
- ♦ Argumentation von Ideen unter Verwendung verschiedener Diskursmuster zu einem bestimmten Zweck
- ♦ Förderung der bewussten Aktivierung der mentalen, motivationalen und instrumentellen Prozesse, die notwendig sind, um sowohl individuell als auch im Team selbstständig zu lernen und zu arbeiten
- ♦ Überprüfung bekannter Strategien zur Lösung des Problems und Erkundung neuer Optionen, wobei Kreativität bei der Formulierung von Vorschlägen gezeigt werden muss
- ♦ Verständnis der Art des Problems und/oder des Bedarfs im Forschungskontext und Vorschläge für Maßnahmen zur Lösung des Problems und/oder des Bedarfs im Umfeld
- ♦ Entwurf eines Plans mit Maßnahmen und Zielen, die für die Umsetzung eines Kulturprojekts, das auf einen Bedarf in dem betreffenden Kontext abzielt, unerlässlich sind, und Durchführung des entworfenen Plans mit einer proaktiven Haltung in Bezug auf den kulturellen Kontext

04

Kursleitung

Als Teil des Gesamtqualitätskonzepts unseres Kurses sind wir stolz darauf, Ihnen einen Lehrkörper auf höchstem Niveau anbieten zu können, der aufgrund seiner nachgewiesenen Erfahrung im Bildungsbereich ausgewählt wurde. Fachleute aus verschiedenen Bereichen und mit unterschiedlichen Kompetenzen, die ein komplettes multidisziplinäres Team bilden. Eine einzigartige Gelegenheit, von den Besten zu lernen.



“

Ein beeindruckender Lehrkörper, der sich aus Fachleuten aus verschiedenen Bereichen zusammensetzt, wird Sie während Ihrer Fortbildung unterrichten: eine einzigartige Gelegenheit, die Sie sich nicht entgehen lassen sollten"

Leitung



Dr. Del Valle Mejías, María Elena

- ♦ Promotion in Erziehungswissenschaften
- ♦ Expertin für *E-Learning*, Plattformen und Inhalte
- ♦ Expertin für kompetenzbasiertes Instruktionsdesign



05

Struktur und Inhalt

Die Inhalte dieses privaten Masterstudiengangs wurden von den verschiedenen Experten dieses Studiengangs mit einem klaren Ziel entwickelt: sicherzustellen, dass unsere Studenten alle notwendigen Fähigkeiten erwerben um echte Experten in diesem Bereich zu werden

Ein sehr komplettes und gut strukturiertes Programm, das Sie zu höchsten Qualitäts- und Erfolgsstandards führen wird.





“

Ein sehr komplettes Lehrprogramm, das in hervorragend ausgearbeitete didaktische Einheiten gegliedert ist, ausgerichtet auf ein Lernen, das mit dem persönlichen und beruflichen Leben kompatibel ist"

Modul 1. Forschungsmethodik: Perspektiven und Paradigmen

- 1.1. Was ist Forschung?
 - 1.1.1. Konzept
 - 1.1.2. Eigenschaften
 - 1.1.3. Typen
 - 1.1.4. Unterschiede
- 1.2. Phasen der wissenschaftlichen Forschung
 - 1.2.1. Konzept
 - 1.2.2. An jedem Prozess beteiligte Prozesse
 - 1.2.3. Werkzeuge für jede Phase
 - 1.2.4. Analyse von Beispielen
- 1.3. Forschungsparadigmen
 - 1.3.1. Positivistisch
 - 1.3.2. Konstruktivistisch
 - 1.3.3. Gesellschaftskritisch
 - 1.3.4. Interpretativ
- 1.4. Qualitative Forschung
 - 1.4.1. Konzept
 - 1.4.2. Eigenschaften
 - 1.4.3. Werkzeuge und Instrumente
 - 1.4.4. Unterschiede zu anderen Ansätzen
- 1.5. Quantitative Forschung
 - 1.5.1. Konzept
 - 1.5.2. Eigenschaften
 - 1.5.3. Werkzeuge und Instrumente
 - 1.5.4. Erklärung und Kausalität
- 1.6. Die Umfrage
 - 1.6.1. Konzept
 - 1.6.2. Eigenschaften
 - 1.6.3. Typen
 - 1.6.4. Konstruktion von Instrumenten



- 1.7. Der Fragebogen
 - 1.7.1. Konzept
 - 1.7.2. Eigenschaften
 - 1.7.3. Typen
 - 1.7.4. Konstruktion von Instrumenten
- 1.8. Entwicklung von Instrumenten
 - 1.8.1. Dimensionen
 - 1.8.2. Indikatoren
 - 1.8.3. Grundlegende Komponenten
 - 1.8.4. Validierung
- 1.9. Eingehende Befragung
 - 1.9.1. Konzept
 - 1.9.2. Eigenschaften
 - 1.9.3. Typen
 - 1.9.4. Konstruktion von Instrumenten
- 1.10. *Focus Group*
 - 1.10.1. Definition
 - 1.10.2. Skript der Fragen
 - 1.10.3. Typen
 - 1.10.4. Entwurf
- 2.1. Audiovisuelle Forschung
 - 2.1.1. Beobachtung
 - 2.1.2. Ethnographie
 - 2.1.3. Audiovisuelle Sprache
- 2.2. Forschungslinien
 - 2.2.1. Ästhetik und soziale Repräsentation
 - 2.2.2. Fakten und Fiktion
 - 2.2.3. Audiovisuelles Kulturmanagement
 - 2.2.4. Kulturelle Ausdrucksformen und Diversität
- 2.3. Transmediale Erzählung
 - 2.3.1. Konzept
 - 2.3.2. Eigenschaften
 - 2.3.3. Grundlegende Prinzipien
 - 2.3.4. Herausforderungen des transmedialen Geschichtenerzählens
- 2.4. Neue Formen des Informationskonsums
 - 2.4.1. Bewusste Technologien
 - 2.4.2. "Spionage"-Applikationen
 - 2.4.3. Digitale Identität
 - 2.4.4. Internet der Dinge
- 2.5. Theorien der transmedialen Kommunikation
 - 2.5.1. Ursprung
 - 2.5.2. *Branding*
 - 2.5.3. *Merchandising*
 - 2.5.4. *Storytelling*
- 2.6. Kulturwandel und neue Medien
 - 2.6.1. Kulturwandel/Medienwandel
 - 2.6.2. Portale, Suchmaschinen und Verzeichnisse
 - 2.6.3. Mittel der Beteiligung
 - 2.6.4. Gegenkultur und digitale Kultur
- 2.7. Publikum. Veränderungen im Konsumverhalten
 - 2.7.1. Beschreibung
 - 2.7.2. Klassifizierung
 - 2.7.3. Informationskonsum
 - 2.7.4. Analyse des Informationskonsums
- 2.8. Mediamorphose
 - 2.8.1. Wie verändert sich die Branche?
 - 2.8.2. Evolution-Involution
 - 2.8.3. 1., 2. und 3. Mediamorphose
 - 2.8.4. Die Unmittelbarkeit der Medien

Modul 2. Forschung in den Bereichen Film, Fernsehen und neue Medien
(Netflix, HBO, Amazon Prime)

- 2.9. Vergleichende Analyse in den *Mass Media*
 - 2.9.1. Interaktion
 - 2.9.2. Nützlichkeit
 - 2.9.3. Support
 - 2.9.4. Zielpublikum
- 2.10. Technologie und sozialer Wandel
 - 2.10.1. Konzepte
 - 2.10.2. Eigenschaften
 - 2.10.3. Von Gutenberg zu Facebook
 - 2.10.4. Technologischer Determinismus

Modul 3. Ethik und Entscheidungsfindung für Kommunikationsfachleute

- 3.1. Ethik
 - 3.1.1. Konzept
 - 3.1.2. Ziel der Ethik
 - 3.1.3. Wert der Ethik
 - 3.1.4. Ethik und Moral
- 3.2. Die Ethik der Kommunikationsfachleute
 - 3.2.1. Berufliche Verantwortung
 - 3.2.2. Wahrhaftigkeit
 - 3.2.3. Objektivität
 - 3.2.4. Berufsgeheimnis und Schutz der Privatsphäre
- 3.3. Entscheidungstreffen
 - 3.3.1. Konzept
 - 3.3.2. Beteiligte Prozesse
 - 3.3.3. Arten von Entscheidungen
 - 3.3.4. Anforderungen an die Entscheidungsfindung
- 3.4. Ethische Dilemmas in der heutigen Kommunikation
 - 3.4.1. *Cyberbullying*
 - 3.4.2. Informationsgrenzen
 - 3.4.3. Plagiat
 - 3.4.4. Minderheiten und Diskriminierung

- 3.5. Risiken und Chancen der ethischen Argumentation
 - 3.5.1. Ursprung
 - 3.5.2. Konsequenzen
 - 3.5.3. Wichtigste Szenarien
 - 3.5.4. Fallanalyse
- 3.6. Argumentation und Ethik
 - 3.6.1. Konzept
 - 3.6.2. Eigenschaften
 - 3.6.3. Elemente der Argumentation
 - 3.6.4. Argumentationsstrategien
- 3.7. Mikro-Kommunikation und Ethik
 - 3.7.1. Ursprung
 - 3.7.2. Konsequenzen
 - 3.7.3. Wichtigste Szenarien
 - 3.7.4. Fallanalyse
- 3.8. *Stakeholders* der Kommunikation
 - 3.8.1. Konzept
 - 3.8.2. *Primäre Stakeholders*
 - 3.8.3. *Sekundäre Stakeholders*
 - 3.8.4. Theorie der *Stakeholders*
- 3.9. Einbeziehung der Ethik in die Entscheidungsfindung
 - 3.9.1. Regeln und Grundsätze der Entscheidungsfindung
 - 3.9.2. Prozess der Entscheidungsfindung
 - 3.9.3. Faktoren, die die Entscheidungsfindung beeinflussen
 - 3.9.4. Kriterien für ethische Entscheidungen
- 3.10. Herausforderungen der zeitgenössischen Ethik
 - 3.10.1. Ethik und Diversität
 - 3.10.2. Ethik und menschliche Freiheit
 - 3.10.3. Ethik und Werte
 - 3.10.4. Ethik, Zweck und Mittel

A photograph of a silver laptop with the Facebook logo displayed on its screen. The logo is in white, lowercase letters with a registered trademark symbol. The laptop is open and sits on a wooden surface. The background is a soft, out-of-focus gradient of blue and purple.

facebook®

Modul 4. Die Macht der Meinung und die Krise der Kommunikation

- 4.1. Konzept der Stellungnahme
 - 4.1.1. Elemente
 - 4.1.2. Verwandte Konzepte
 - 4.1.3. Meinung und Trends
 - 4.1.4. Analyse einer Meinung
- 4.2. Meinung vs. Spekulationen
 - 4.2.1. Elemente
 - 4.2.2. Verwandte Konzepte
 - 4.2.3. Meinung und Trends
 - 4.2.4. Fallanalyse
- 4.3. Grundlage der Meinung
 - 4.3.1. Psychologische Grundlagen der Meinung
 - 4.3.2. Wie wird eine Meinung gebildet?
 - 4.3.3. Beispiele für Meinungen
 - 4.3.4. Rechtlicher Rahmen der Meinung
- 4.4. Diskurs in der Kommunikation
 - 4.4.1. Konzept
 - 4.4.2. Elemente des Diskurses
 - 4.4.3. Diskurs und Medien
 - 4.4.4. Diskurs und Kontext
- 4.5. Meinung und Minderheiten
 - 4.5.1. Konzept
 - 4.5.2. Politisches Management von Meinungen
 - 4.5.3. Meinung und Geschlecht
 - 4.5.4. Meinung und öffentliche Meinung
- 4.6. Wahrheit und Post-Wahrheit
 - 4.6.1. Konzepte
 - 4.6.2. Eigenschaften
 - 4.6.3. Kontext, in dem die Post-Wahrheit entsteht
 - 4.6.4. Post-Wahrheit und Ideologie

- 4.7. Krise der Kommunikation
 - 4.7.1. Konzept
 - 4.7.2. Ursachen
 - 4.7.3. Konsequenzen
 - 4.7.4. Wie geht man damit um?
- 4.8. Demokratie des Wissens oder Standardisierung der Unwissenheit?
 - 4.8.1. Grundlegende Konzepte
 - 4.8.2. Räume für Wissen
 - 4.8.3. Wissensstand in der heutigen Gesellschaft
 - 4.8.4. Zu erfüllende Verpflichtungen
- 4.9. Reaktion und Maßnahmen auf die Kommunikationskrise
 - 4.9.1. Proaktive Maßnahmen
 - 4.9.2. Reaktive Maßnahmen
- 4.10. Behörden und Interessengruppen
 - 4.10.1. Konzepte
 - 4.10.2. Grundlage der Autorität
 - 4.10.3. Eigenschaften
 - 4.10.4. Bewertungskriterien

Modul 5. Digitale Umgebungen und der Kommunikationsprozess

- 5.1. Digitale Umgebungen und die neue Informationsarchitektur
 - 5.1.1. Grundlegende Konzepte
 - 5.1.2. Eigenschaften
 - 5.1.3. Ressourcen
 - 5.1.4. Bedeutung des digitalen Umfelds
- 5.2. Kommunikationsmöglichkeiten in digitalen Umgebungen
 - 5.2.1. Vorteile
 - 5.2.2. Nachteile
 - 5.2.3. Nutzung von Umgebungen
 - 5.2.4. Web 2.0
- 5.3. Die Qualität der Medien
 - 5.3.1. Eigenschaften
 - 5.3.2. Kontext des jeweiligen Mediums
 - 5.3.3. Sprachgebrauch
 - 5.3.4. Struktur des jeweiligen Mediums
- 5.4. Rankings in digitalen Umgebungen
 - 5.4.1. Produktkarte
 - 5.4.2. Überwachungsorganisationen
 - 5.4.3. Bewertungskriterien
 - 5.4.4. Qualitätsstandards
- 5.5. SEO und Qualität der Inhalte
 - 5.5.1. Konzept
 - 5.5.2. Eigenschaften
 - 5.5.3. Strategien
 - 5.5.4. Generierung hochwertiger Inhalte
- 5.6. Google-Algorithmen. Betrieb und Eigenschaften
 - 5.6.1. Pinguin
 - 5.6.2. Panda
 - 5.6.3. Taube
 - 5.6.4. Kolibri
- 5.7. Lebenszyklus von Produktionen in digitalen Umgebungen
 - 5.7.1. Medien mit befristeter Laufzeit
 - 5.7.2. Identifizierung des Zyklus
 - 5.7.3. Kulturelle Ökologie
 - 5.7.4. Die Allgegenwart der Information
- 5.8. Geschäftsmodelle in digitalen Umgebungen
 - 5.8.1. Bestehende Modelle
 - 5.8.2. Eigenschaften der Umgebung
 - 5.8.3. Wertvorstellungen
 - 5.8.4. Wirksame Strategien
- 5.9. Erfolgsgeschichten

Modul 6. Das Neueste aus der Kommunikationsforschung

- 6.1. Kommunikation im 21. Jahrhundert
 - 6.1.1. Kontext
 - 6.1.2. Eigenschaften
 - 6.1.3. Herausforderungen der Kommunikation im 21. Jahrhundert
 - 6.1.4. Gefahren für die Kommunikation im 21. Jahrhundert
- 6.2. Allgemeine Trends
 - 6.2.1. *Fast Content für Fast User*
 - 6.2.2. The Mobile: der neue Interaktionsraum
 - 6.2.3. Apps als Medien
 - 6.2.4. Podcast: ein alternativer Weg zur Kommunikation
- 6.3. Historische Retrospektive der Kommunikationsforschung
 - 6.3.1. Ursprünge
 - 6.3.2. Vertreter
 - 6.3.3. Schulen und Trends
 - 6.3.4. Beiträge
- 6.4. Neue Themen. Neue Theorien
 - 6.4.1. Normative Theorien
 - 6.4.2. Klassifizierungen
 - 6.4.3. Autoritäre Theorie
 - 6.4.4. Liberale Theorie
- 6.5. Kommunikationsforschung in Karten
 - 6.5.1. Klassifizierung nach Forschungsbereichen
 - 6.5.2. Vertreter der Länder
 - 6.5.3. Hauptgruppen
 - 6.5.4. Hauptprodukte
- 6.6. Das Neueste aus der Werbeforschung
 - 6.6.1. Sozioökonomische Forschung und verwandte Themen
 - 6.6.2. Nachrichtenforschung
 - 6.6.3. Medien- und Publikumsforschung
 - 6.6.4. Vergleich
- 6.7. Das Neueste aus der Medienforschung
 - 6.7.1. Das Publikum als Thema
 - 6.7.2. Werbeagenturen
 - 6.7.3. Medienagenturen
 - 6.7.4. Berater und Betreuer
- 6.8. Das Neueste aus der Forschung über Öffentlichkeitsarbeit
 - 6.8.1. Organisationen und Kommunikation
 - 6.8.2. Introspektive Forschung
 - 6.8.3. Angewandte Forschung
 - 6.8.4. Strategische Forschung
- 6.9. Benchmarks für die Forschung. Schauspieler
 - 6.9.1. Wer sind sie?
 - 6.9.2. Wo sind sie?
 - 6.9.3. Was tun sie?
 - 6.9.4. Was sind ihre Beiträge?
- 6.10. Benchmarks für die Forschung. Projekte
 - 6.10.1. Wer sind sie?
 - 6.10.2. Wo sind sie?
 - 6.10.3. Was tun sie?
 - 6.10.4. Was sind ihre Beiträge?

Modul 7. Neue Kommunikationsmedien im 21. Jahrhundert

- 7.1. Facebook
 - 7.1.1. Ursprung
 - 7.1.2. Eigenschaften
 - 7.1.3. Sprachgebrauch
 - 7.1.4. Struktur
- 7.2. Informationsarchitektur
 - 7.2.1. Sprachgebrauch
 - 7.2.2. Codes
 - 7.2.3. Bilder
 - 7.2.4. Hierarchie des Inhalts
- 7.3. Instagram
 - 7.3.1. Ursprung
 - 7.3.2. Eigenschaften
 - 7.3.3. Sprachgebrauch
 - 7.3.4. Struktur
- 7.4. Informationsarchitektur
 - 7.4.1. Sprachgebrauch
 - 7.4.2. Codes
 - 7.4.3. Bilder
 - 7.4.4. Hierarchie des Inhalts
- 7.5. Twitter
 - 7.5.1. Ursprung
 - 7.5.2. Eigenschaften
 - 7.5.3. Sprachgebrauch
 - 7.5.4. Struktur
- 7.6. Informationsarchitektur
 - 7.6.1. Sprachgebrauch
 - 7.6.2. Codes
 - 7.6.3. Bilder
 - 7.6.4. Hierarchie des Inhalts

- 7.7. Youtube
 - 2.7.1. Ursprung
 - 2.7.2. Eigenschaften
 - 2.7.3. Sprachgebrauch
 - 2.7.4. Struktur
- 7.8. Informationsarchitektur
 - 7.8.1. Sprachgebrauch
 - 7.8.2. Codes
 - 7.8.3. Bilder
 - 7.8.4. Hierarchie des Inhalts
- 7.9. LinkedIn
 - 7.9.1. Ursprung
 - 7.9.2. Eigenschaften
 - 7.9.3. Sprachgebrauch
 - 7.9.4. Struktur
- 7.10. Informationsarchitektur
 - 7.10.1. Sprachgebrauch
 - 7.10.2. Codes
 - 7.10.3. Bilder
 - 7.10.4. Hierarchie des Inhalts

Modul 8. Forschung und ihre Veröffentlichung

- 8.1. Wissenschaftliche Publikationen
 - 8.1.1. Konzept
 - 8.1.2. Typen
 - 8.1.3. Klassifizierung
 - 8.1.4. Auswahlkriterien
- 8.2. Aktuelle Benchmarks für Kommunikationspublikationen
 - 8.2.1. Indizes
 - 8.2.2. Auswahlkriterien

- 8.3. Wissenschaftliche Forschung im Bereich Kommunikation und ihre Auswirkungen auf die internationale Szene
 - 8.3.1. Hauptszenarien für die Forschung
 - 8.3.2. Eigenschaften
 - 8.3.3. Erforderliche Bedingungen
 - 8.3.4. Die Bedeutung der Projektion in diesen Szenarien
- 8.4. Schreibtechniken und -strategien. Wie schreibt man wissenschaftliche Artikel?
 - 8.4.1. Struktur
 - 8.4.2. Abschnitte und Sektionen
 - 8.4.3. Akademische Sprache
 - 8.4.4. Schreibstrategien
- 8.5. Wie können die Ergebnisse unserer Forschung sichtbar gemacht und verbreitet werden?
 - 8.5.1. Szenarien
 - 8.5.2. Verbreitungsstrategien
 - 8.5.3. Forschungszeitschriften
 - 8.5.4. Geeignete Veranstaltungen zur Verbreitung von Forschungsergebnissen
- 8.6. Publikationen auf Englisch
 - 8.6.1. Konzepte
 - 8.6.2. Eigenschaften
 - 8.6.3. Unterschiede zu nicht-englischsprachigen Publikationen
 - 8.6.4. Wie schreibt man für die Publikation in englischsprachigen Fachzeitschriften?
- 8.7. Kongresse, Seminare und Verbreitungsszenarien
 - 8.7.1. Konzepte
 - 8.7.2. Typen
 - 8.7.3. Räuberische Kongresse
 - 8.7.4. Wie wähle ich den richtigen Kongress/das richtige Seminar?
- 8.8. Forschung und N.G.O. Stiftungen, Agenturen und Finanzierungsmöglichkeiten
 - 8.8.1. Forschungsprojekte als Plattform
 - 8.8.2. Ausschreibungen nach Forschungsbereichen
 - 8.8.3. Finanzierung und Verbreitung: zwei Fliegen mit einer Klappe
 - 8.8.4. Die wichtigsten Agenturen und ihre Arbeitsweise

- 8.9. Argumentieren, um in der wissenschaftlichen Forschung zu überzeugen
 - 8.9.1. Was ist Argumentation?
 - 8.9.2. Schreiben und Argumentieren für die Publikation
 - 8.9.3. Validität und Relevanz in der Argumentation
 - 8.9.4. Physiognomie eines wissenschaftlichen Forschungsartikels
- 8.10. Der Forschungsartikel. Struktur und Varianten
 - 8.10.1. Konzepte
 - 8.10.2. Struktur
 - 8.10.3. Sprachgebrauch
 - 8.10.4. Analyse von Beispielen

Modul 9. Die reflektierende Führungskraft in der Kommunikation: Erkennung von Problemen

- 9.1. Die reflektierende Führungskraft in der Kommunikation
 - 9.1.1. Konzepte
 - 9.1.2. Eigenschaften
 - 9.1.3. Funktionen
 - 9.1.4. Bedeutung
- 9.2. Die reflektierende Führungskraft in der Forschung
 - 9.2.1. Konzepte
 - 9.2.2. Eigenschaften
 - 9.2.3. Funktionen
 - 9.2.4. Bedeutung
- 9.3. Reflektierte Führung als Kompetenz
 - 9.3.1. Definition
 - 9.3.2. Bedeutung
 - 9.3.3. Stufen der Beherrschung
 - 9.3.4. Leistungsindikatoren
- 9.4. Leitung von Forschungsteams
 - 9.4.1. Strategien
 - 9.4.2. Organisatorisches Modell
 - 9.4.3. Verhandeln innerhalb einer Gruppe
 - 9.4.4. Bewertungskriterien

- 9.5. Teamarbeit als Kompetenz
 - 9.5.1. Definition
 - 9.5.2. Bedeutung
 - 9.5.3. Stufen der Beherrschung
 - 9.5.4. Leistungsindikatoren
- 9.6. Ideen und Strategien für eine reflektierte Führung
 - 9.6.1. Konzept der Führungskraft
 - 9.6.2. Konzept der reflektierenden Führungskraft
 - 9.6.3. Eigenschaften
 - 9.6.4. Strategien der reflektierenden Führungskraft
- 9.7. Werkzeuge für die Problemdiagnostik
 - 9.7.1. Diagnose
 - 9.7.2. Beurteilung des Kontextes
 - 9.7.3. Diagnostische Mechanismen
 - 9.7.4. Die Bedeutung einer guten Diagnose
- 9.8. Instrumente zur Lösung von Problemen
 - 9.8.1. Konzept
 - 9.8.2. Eigenschaften
 - 9.8.3. Instrumente
 - 9.8.4. Die Bedeutung der Problemlösungskompetenz
- 9.9. Widerstandsfähigkeit bei der Lösung von Problemen
 - 9.9.1. Konzept
 - 9.9.2. Eigenschaften
 - 9.9.3. Instrumente
 - 9.9.4. Die Bedeutung der Problemlösungskompetenz
- 9.10. Die reflektierende Führungskraft als *Coach*
 - 9.10.1. *Coach*-Konzept
 - 9.10.2. Eigenschaften
 - 9.10.3. Bedeutung
 - 9.10.4. Die wichtigsten Werkzeuge eines *Coaches*



Modul 10. Abschlussprojekt

- 10.1. Forschungsdesign
 - 10.1.1. Konzept
 - 10.1.2. Elemente des Designs
 - 10.1.3. Arten von Entwürfen
 - 10.1.4. Analyse von Beispielen
- 10.2. Die Problemstellung
 - 10.2.1. Konzept
 - 10.2.2. Elemente der Problemstellung
 - 10.2.3. Arten von Entwürfen
 - 10.2.4. Analyse von Beispielen
- 10.3. Auswahl des Forschungsparadigmas
 - 10.3.1. Konzept des Forschungsparadigmas
 - 10.3.2. Typen
 - 10.3.3. Werkzeuge eines jeden
 - 10.3.4. Auswahlkriterien
- 10.4. Die Forschungsziele
 - 10.4.1. Konzept der Ziele
 - 10.4.2. Arten von Zielen
 - 10.4.3. Zielsetzung der Ausarbeitung
 - 10.4.4. Analyse von Beispielen
- 10.5. Methodik
 - 10.5.1. Konzept der Methodik
 - 10.5.2. Arten der Methodik
 - 10.5.3. Auswahlkriterien
 - 10.5.4. Analyse von Beispielen
- 10.6. Instrumente
 - 10.6.1. Konzepte
 - 10.6.2. Instrumente der einzelnen Paradigmen
 - 10.6.3. Eigenschaften
 - 10.6.4. Auswahlkriterien je nach Zielsetzung und Forschungsparadigma
- 10.7. Theoretischer und referentieller Rahmen
 - 10.7.1. Konzept des Referenzrahmens
 - 10.7.2. Konzept des theoretischen Rahmens
 - 10.7.3. Unterschiede
 - 10.7.4. Wesentliche Elemente
- 10.8. Der Kontext der Forschung
 - 10.8.1. Konzept
 - 10.8.2. Identifizierung der grundlegenden Elemente
 - 10.8.3. Bedeutung der Interpretation
 - 10.8.4. Analyse von Beispielen
- 10.9. Ergebnisse
 - 10.9.1. Konzept
 - 10.9.2. Copywriting
 - 10.9.3. Hierarchie der Ergebnisse
 - 10.9.4. Analyse von Beispielen
- 10.10. Neue Möglichkeiten
 - 10.10.1. Wie kann man sie identifizieren?
 - 10.10.2. Relevanz
 - 10.10.3. Originalität
 - 10.10.4. Gelegenheiten

06

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Die Studierenden lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallstudienmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität in Spanisch zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



07

Qualifizierung

Der Privater Masterstudiengang in Kommunikationsforschung: Neue Themen, Medien und Zielgruppen garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten”*

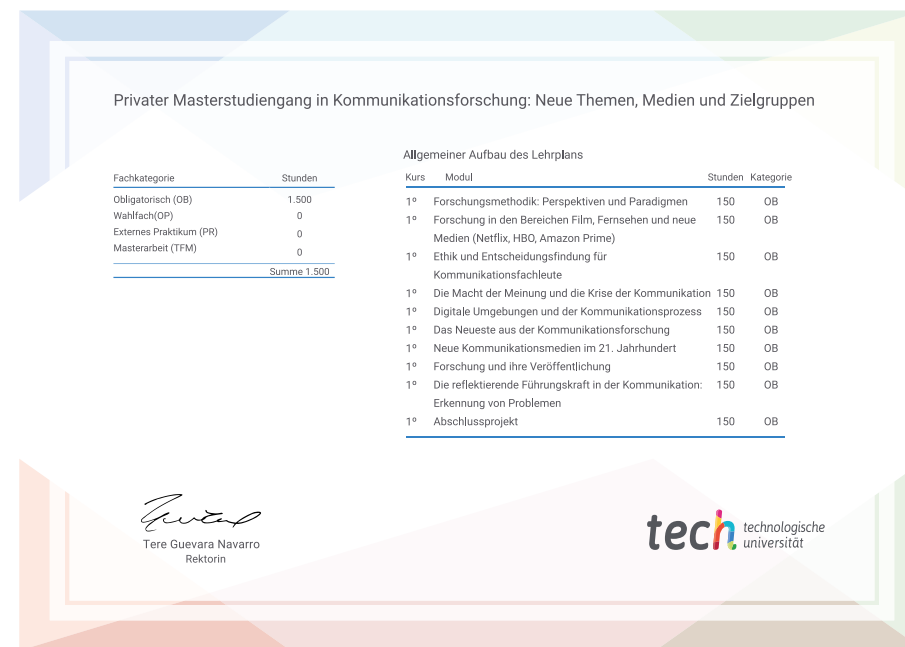
Dieser **Privater Masterstudiengang in Kommunikationsforschung: Neue Themen, Medien und Zielgruppen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Privater Masterstudiengang in Kommunikationsforschung: Neue Themen, Medien und Zielgruppen**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen

erziehung information tutoren

garantie akkreditierung unterricht

institutionen technologie lernen

gemeinschaft verpflichtung

persönliche betreuung innovation

wissen gegenwart qualität

online-Ausbildung

entwicklung instituten

virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang

Kommunikationsforschung:
Neue Themen, Medien
und Zielgruppen

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Privater Masterstudiengang Kommunikationsforschung: Neue Themen, Medien und Zielgruppen