

Privater Masterstudiengang Multimedia-Journalismus





tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang Multimedia-Journalismus

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/masterstudiengang/masterstudiengang-multimedia-journalismus

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 14

04

Kursleitung

Seite 18

05

Struktur und Inhalt

Seite 22

06

Methodik

Seite 34

07

Qualifizierung

Seite 42

01

Präsentation

Die digitale Entwicklung und die Weiterentwicklung der IKT haben es Bereichen wie dem Journalismus ermöglicht, in ihrer täglichen Praxis immer ausgefeiltere und modernere Kommunikationsstrategien einzusetzen, die in der Lage sind, sofort ein größeres Publikum zu erreichen. Darüber hinaus verleiht die Möglichkeit, audiovisuelles Material in den informativen Inhalt einzubinden, dem kommunikativen Produkt mehr Dynamik, macht es attraktiver und ermöglicht es dem Verbraucher, das Gesehene besser in einen Kontext einzuordnen. Ausgehend von den Impulsen, die er im letzten Jahrzehnt erfahren hat, und angesichts seiner Fähigkeit, sich im Einklang mit den aktuellen Technologien neu zu erfinden, hat TECH ein komplettes Programm entwickelt, das alle neuen Entwicklungen in diesem Sektor umfasst. In 1.500 Stunden theoretischer und praktischer 100%iger Online-Schulung können Informationsspezialisten ihre beruflichen Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Werkzeugen und in der Anwendung der avantgardistischsten und innovativsten journalistischen Strategien des Augenblicks perfektionieren.



“

Möchten Sie sich als Journalist neu erfinden, indem Sie sich die innovativsten und modernsten Kommunikationsstrategien zu eigen machen? Schreiben Sie sich für diesen privaten Masterstudiengang ein und Sie werden es in nur 12 Monaten erreichen"

Die Einbeziehung sozialer Medien in den Nachrichtenbereich war ein großer Durchbruch für den Journalismus, der durch die digitale Entwicklung und die Weiterentwicklung der IKT begünstigt wurde. Dank dieser Tatsache zeichnet sich die journalistische Kommunikation heute durch ihre Unmittelbarkeit und Allgegenwärtigkeit aus, die es den Fachleuten dieses Sektors ermöglicht, sofort mitzuteilen, was in verschiedenen Teilen der Welt geschieht. Diese Entwicklung hat auch dazu beigetragen, die Barrieren für die Presse- und Meinungsfreiheit in vielen Ländern zu beseitigen, so dass immer mehr Menschen Zugang zu hochwertigen, umfassenden und aktuellen Informationen haben.

Und um Studenten, die sich auf diesen Bereich spezialisiert haben, das nötige Rüstzeug an die Hand zu geben, um mit den neuesten Entwicklungen und Kommunikationstrends Schritt zu halten, haben TECH und sein Expertenteam diesen umfassenden und intensiven Privaten Masterstudiengang in Multimedia-Journalismus entwickelt. Es handelt sich um einen 100%igen Online-Abschluss, der aus 1.500 Stunden vielfältigem Material besteht, mit dem die Fachkräfte in der Lage sein werden, die wichtigsten Aspekte der digitalen Kommunikation, der sozialen Netzwerke, des mobilen Journalismus oder der Datenanalyse und Visualisierung zu bearbeiten. Sie werden sich auch mit den dynamischsten und attraktivsten Erzählstrategien befassen sowie mit den Leitlinien für ein optimales und erfolgreiches Management von Kommunikationsprojekten.

All dies im Rahmen einer 12-monatigen theoretischen und praktischen Fortbildung unter der Leitung von Fachleuten aus dem Bereich des Journalismus, die über eine breite und umfangreiche Karriere in diesem Sektor verfügen. Dieses Programm bietet Ihnen die einmalige Gelegenheit, Ihre beruflichen Fähigkeiten im boomenden Bereich des Multimedia-Journalismus zu perfektionieren, indem Sie die innovativsten Kommunikationsrichtlinien und -techniken für die Produktion audiovisueller Inhalte übernehmen, die zweifelsohne ein Vorher und Nachher in Ihrer Karriere markieren werden.

Dieser **Privater Masterstudiengang in Multimedia-Journalismus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Multimedia-Journalismus vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ♦ Er enthält praktische Übungen in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann um das Lernen zu verbessern
- ♦ Ihr besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Wenn Sie auf der Suche nach einem Programm sind, das Sie über die Trends im Bereich der sozialen Medien und des Social Media Storytelling auf den neuesten Stand bringt, wird TECH Ihnen die Schlüssel zum Erfolg in Form von Vorträgen liefern, die auf die jeweiligen Trends abgestimmt sind"

“

Dank dieses Programms werden Sie in der Lage sein, dynamische und attraktive Inhalte zu erstellen, die Ihnen helfen werden, in einem boomenden Sektor wie dem Multimedia-Journalismus das höchste Niveau zu erreichen"

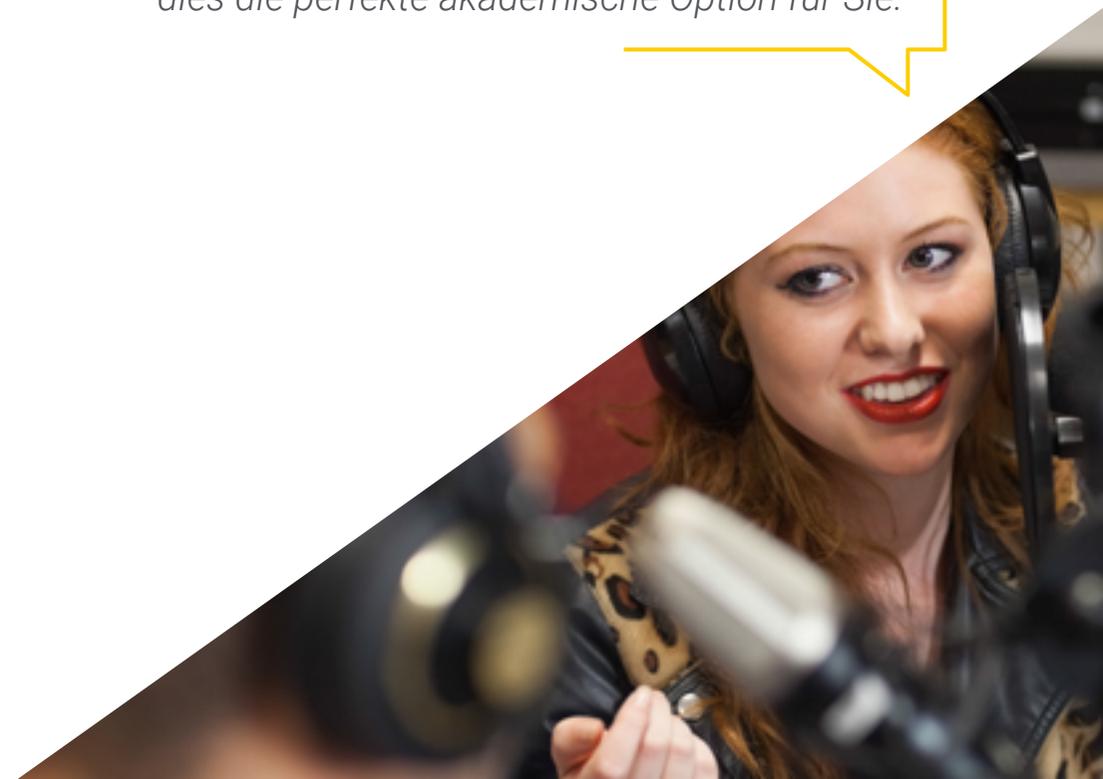
Zu den Lehrkräften des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie renommierte Fachleute von Referenzgesellschaften und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen den Fachleuten ein situiertes und kontextbezogenes Lernen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Training ermöglicht, das auf reale Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Studiengangs konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Stärken Sie Ihre kreative und kommunikative Seite mit einem Programm, das Ihnen die Möglichkeit gibt, die aktuellen journalistischen Trends im Detail kennenzulernen.

Sind Sie auf der Suche nach einem theoretisch-praktischen Programm, das Ihnen das Rüstzeug für die Durchführung eines unternehmerischen Projekts im Bereich der Nachrichten vermittelt? Wenn ja, ist dies die perfekte akademische Option für Sie.



02 Ziele

Die Entwicklung, die der Journalismus in den letzten Jahren im Zusammenhang mit seiner Anpassungsfähigkeit an die neuen Medien und die neuen Methoden des Informationskonsums durchlaufen hat, hat TECH dazu veranlasst, diesen privaten Masterstudiengang zu entwickeln. Ziel ist es, den Studenten das gesamte akademische Material an die Hand zu geben, das sie benötigen, um sich im Multimediabereich zu spezialisieren. Dies geschieht durch eine theoretische und praktische Fortbildung, die nicht nur an ihre Bedürfnisse, sondern auch an die Anforderungen des aktuellen Kommunikationssektors angepasst ist.



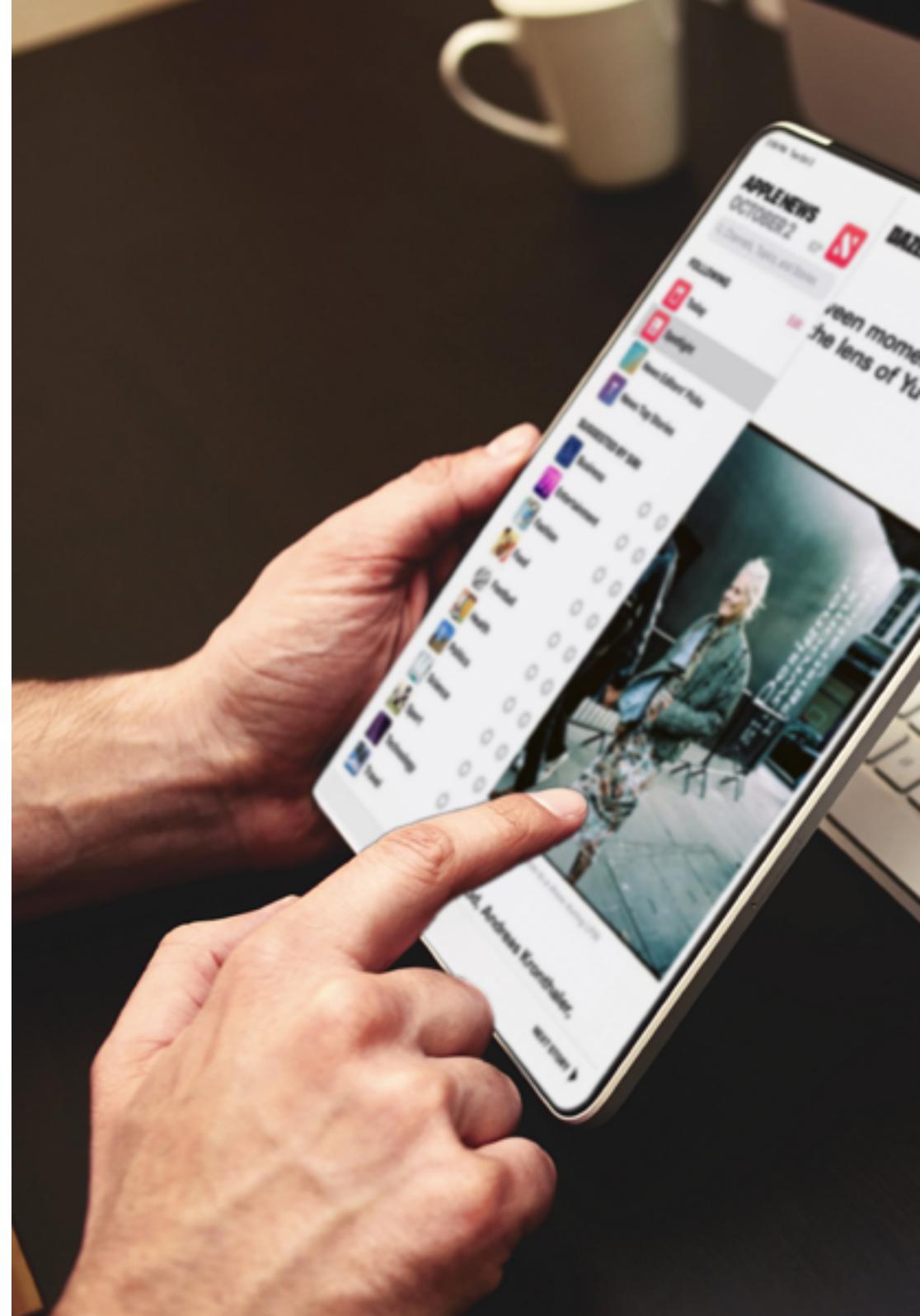
“

Wenn es eines Ihrer Ziele ist, für einen freien und zugänglichen Journalismus zu kämpfen, gibt Ihnen TECH die Leitlinien an die Hand, um die Grenzen der Zensur zu überwinden"



Allgemeine Ziele

- Fortgeschrittene und spezialisierte Weiterbildung in den verschiedenen aufkommenden Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), in den diversen beruflichen Aufgaben der journalistischen Tätigkeit
- Einsatz der fortschrittlichsten technologischen und medialen Hilfsmittel, um ein höheres Maß an Wissen und eine fachkundige Nutzung der verschiedenen audiovisuellen und technologischen Hilfsmittel zu erreichen
- Weiterbildung von Studenten, um neue Modelle und Plattformen für die berufliche Praxis zu entwickeln, unter Verwendung der innovativsten Techniken und Methoden
- Die Analyse der verschiedenen fachjournalistischen Inhalte und Informationsstrukturen fördern und unterstützen, um Probleme technologischer und wissenschaftlicher Art angehen und lösen zu können
- Förderung der Fähigkeit zu Kreativität und Innovation, um Projekte im Bereich des professionellen Multimedia-Journalismus in Angriff zu nehmen
- Erwerb von Expertenwissen über die Strukturen und diskursiven Typologien der journalistischen Kommunikation, die zur Gestaltung der heutigen Gesellschaften beitragen





Spezifische Ziele

Modul 1. Digitale Kommunikation und Gesellschaft

- ♦ Analyse der Beziehung zwischen Gesellschaft und sozialen Netzwerken
- ♦ Definition der Netzwerkgesellschaft und der Netzwerke
- ♦ Das neue Konzept der Zeit anwenden
- ♦ Die digitale Generation studieren
- ♦ Globale Kommunikation erforschen
- ♦ Journalistische Produktionsmodelle kennenlernen
- ♦ Die Herausforderungen des Berufes bedenken
- ♦ Analyse der Konzepte von Prestige und Glaubwürdigkeit
- ♦ Verstehen, wie Fake News funktionieren

Modul 2. Journalismus und soziale Netzwerke

- ♦ Analyse der Situation von Journalisten auf sozialen Plattformen
- ♦ Untersuchung der Medien auf sozialen Plattformen
- ♦ Prüfung von Medienprofilen auf sozialen Plattformen
- ♦ Verstehen von Netzwerken und der Beziehung zu Quellen im sozialen Umfeld
- ♦ Die Möglichkeiten des Geschichtenerzählens auf sozialen Plattformen lernen

Modul 3. Audiovisuelle Kultur

- ♦ Das Konzept des audiovisuellen Bildes und der Kultur kennenlernen
- ♦ Formen in der audiovisuellen Sprache kennenlernen
- ♦ Diskurse in audiovisueller Sprache beobachten
- ♦ Die Beziehung zwischen dem Kino und dem audiovisuellen Imaginären erforschen
- ♦ Über Bilder des Andersseins lernen

Modul 4. Mobiler Journalismus

- ♦ Analyse der MOJO
- ♦ Informationen über nützliche Tools und Apps für Journalisten
- ♦ Informationen über Mobile Storytelling
- ♦ Erforschung des Konsums von journalistischen Informationen über Mobiltelefone

Modul 5. Datenanalyse und Visualisierung

- ♦ Die kognitiven Prinzipien kennen
- ♦ Erlernen der Techniken und Methoden der Informationsanalyse
- ♦ Erkennen von deskriptiver und multivariater Statistik
- ♦ Annäherung an Infografiken
- ♦ Erlernen der Technologie für die Visualisierung von Informationen
- ♦ Analyse von Fallstudien

Modul 6. Fortgeschrittene Techniken zur Datenvisualisierung

- ♦ Verständnis für fortgeschrittene Datenanalyse und Visualisierungstechniken
- ♦ Die Schwierigkeiten beim visuellen Sortieren von Informationen aus komplexen Systemen
- ♦ Nutzung der im Internet und auf mobilen Geräten verfügbaren Tools

Modul 7. Neue Formen der Narration

- ♦ Das digitale Storytelling verstehen
- ♦ Erlernen partizipativer Mechanismen bei der Produktion von Informationen
- ♦ Multiplattform-Inhalte erforschen
- ♦ Informationen über transmediale journalistische Projekte
- ♦ Studium des immersiven und ubiquitären Journalismus

Modul 8. Digitale Tools und Ressourcen

- ♦ Analyse der aktuellen technologischen Rahmenbedingungen des Journalismus
- ♦ Informationen über Tools für digitale Journalisten

Modul 9. Projektmanagement für digitale Kommunikation

- ♦ Die grundlegenden Konzepte des Projektmanagements lernen
- ♦ Digitale Kommunikationsprojekte in all ihren Phasen kennenlernen

Modul 10. Datenjournalismus

- ♦ Die Quellen der Informationen kennen
- ♦ Die Mechanismen der Datenauswahl und -filterung erlernen

Modul 11. Investigativer Journalismus

- ♦ Definition von investigativem Journalismus
- ♦ Methoden bewerten
- ♦ Die ethischen Überlegungen des investigativen Journalismus überprüfen
- ♦ Eine Geschichte schreiben lernen
- ♦ Mechanismen zur Qualitätskontrolle kennenlernen

Modul 12. Geschäftsmodelle und Unternehmertum in der digitalen Kommunikation

- ♦ Kennenlernen des geschäftlichen Kontextes im Bereich der Information
- ♦ Die Aspekte des Unternehmertums kennenlernen
- ♦ Beschreibung des Nachrichtenunternehmens
- ♦ Erforschung von Geschäftsmodellen in den Online-Medien



Modul 13. Publikum und öffentliche Meinung

- ♦ Zielgruppen beschreiben
- ♦ Das Konzept der öffentlichen Meinung erörtern
- ♦ Die verschiedenen Modelle der Analyse verstehen
- ♦ Die neue öffentliche Sphäre studieren

Modul 14. Audiovisuelle Produktion und Transmedia

- ♦ Transmediale Narration beschreiben
- ♦ Die Entwicklung eines transmedialen Projekts verstehen
- ♦ Einen Prototyp für ein transmediales Projekt erstellen

Modul 15. Content Marketing

- ♦ Analyse der Verbindung zwischen Marketing und journalistischen Inhalten
- ♦ Verdeutlichen, warum es wichtig ist, dass Journalisten in der Lage sind, relevante, wertvolle und ansprechende Inhalte für die Nutzer zu erstellen und zu verbreiten
- ♦ Eine Verbindung zwischen der Marke und dem Verbraucher herstellen

“

Ein Programm, das Ihnen beibringen wird, wie Sie mit Ihren Informationsprodukten durch die innovativsten und innovativsten Strategien zur Erstellung von Inhalten einen Mehrwert schaffen können"

03

Kompetenzen

TECH verwendet Hunderte von Stunden in jedem seiner Programme, um sie an die Bedürfnisse seiner Studenten und den Sektor, in dem sie ihre berufliche Rolle ausüben werden, anzupassen. So kann gewährleistet werden, dass der Spezialist, der sich für diesen Privaten Masterstudiengang in Multimedia-Journalismus qualifiziert, seine Kommunikationsfähigkeiten, die Verwaltung von Informationsressourcen und die Datenanalyse perfektionieren kann, indem er in seiner Praxis die Techniken und Strategien anwendet, die bisher die besten Ergebnisse erzielt haben.



“

Ein Programm, mit dem Sie Ihre Kommunikationsfähigkeiten auf intensive und unmittelbare Weise perfektionieren können und das Sie in nur 12 Monaten zu einem versierten Journalisten im Multimediabereich macht"



Allgemeine Kompetenzen

- ♦ Anwendung von Konzepten, Prinzipien, Theorien oder Modellen im Zusammenhang mit kultureller Kommunikation auf neue oder ungewohnte Umgebungen in größeren (oder multidisziplinären) Kontexten
- ♦ In der Lage sein, adäquat und mit einer gewissen Originalität schriftliche Kompositionen oder begründete Argumente zu verfassen, Pläne, Arbeitsprojekte oder wissenschaftliche Artikel zu schreiben oder vernünftige Hypothesen im Bereich der kulturellen Kommunikation zu formulieren
- ♦ Urteile fällen, insbesondere im professionellen und akademischen Bereich der Kultur und Kommunikation, basierend auf Kriterien, externen Standards oder persönlichen Überlegungen
- ♦ Öffentlich Ideen, Verfahren oder Forschungsberichte präsentieren, Emotionen vermitteln oder Personen und Organisationen beraten, insbesondere im Bereich des Kulturjournalismus



Ein privater Masterstudiengang, der Ihr Talent an die Spitze des journalistischen Sektors heben wird, indem Sie das Publikum Ihres Mediums durch die Qualität, die Originalität und die Dynamik Ihrer Nachrichtenbeiträge vergrößern"





Spezifische Kompetenzen

- Die neuen Sprachen und neuen Narrative von Radio und Fernsehen im Internet, Videojournalismus und sozialen Netzwerken sowie die sich abzeichnenden Trends kennen und analysieren
- Digitale Modelle planen und erstellen durch die Kenntnis und Anwendung von Programmen und Techniken für Radio und Fernsehen
- Die Funktionen und die Struktur von audiovisuellen und multimedialen Informationen bewerten und analysieren
- Fähigkeit, die neuen Werkzeuge, die informative oder kommunikative Produktion, schriftlich oder multimedial, basierend auf den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, audiovisuellen und Computercodes für die Entwicklung von Medien- und Digitalkompetenz zu kennen
- Verbreitung in der Sprache der einzelnen traditionellen Medien (Presse, Fotografie, Radio, Fernsehen), in ihren modernen kombinierten Formen (Multimedia) oder in den neuen digitalen Medien (Internet), durch Hypertextualität

04

Kursleitung

TECH legt stets großen Wert darauf, die besten Dozenten für ihre akademischen Erfahrungen zu gewinnen. Aus diesem Grund unterzieht sie ihre Kandidaten einer komplexen und umfassenden Analyse, um herauszufinden, wer am besten zu dem dynamischen und modernen Lehrprofil passt, das diese Universität sucht. Denn sie ist der Ansicht, dass die Betreuung durch einen Experten auf dem Gebiet, der sich zudem durch seine menschlichen Qualitäten auszeichnet, für den Studenten einen Anreiz darstellt, der es ihm ermöglicht, das Beste aus seiner akademischen Erfahrung zu machen.

NE
UPD

Internat





NEWS

DATE

Subscribe

for newspaper online

newhere.

read more

World Stock Market

Factors to

We are creating a
their own style

International trade

Some young
images

LIVE updates | Photo

At least 50% of all revenue received by Company

tional payments problems - 23 Mar

“

Das Dozententeam hat aktiv an der Entwicklung der Inhalte dieses privaten Masterstudiengangs mitgewirkt, was einen sehr hohen Grad an Spezialisierung und höchste akademische Qualität garantiert“

Leitung



Fr. Jiménez Pampliega, Marta

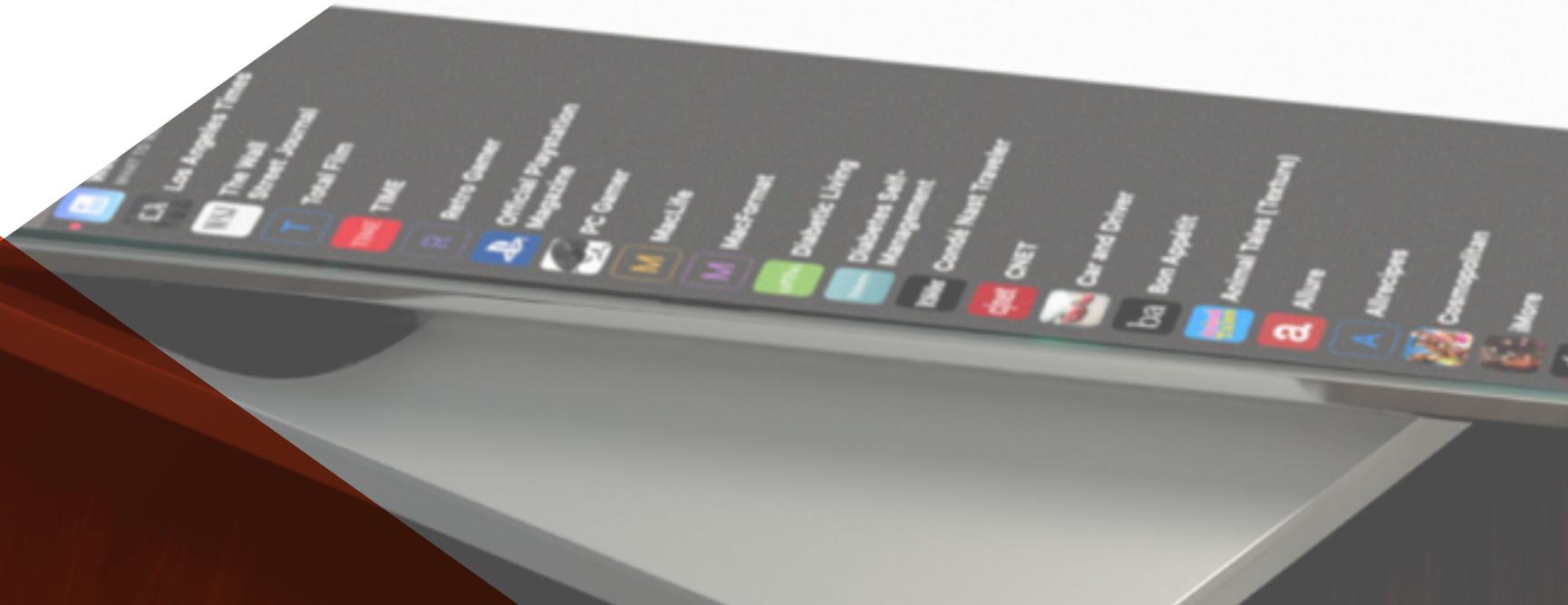
- ♦ Interne Kommunikation bei Bankinter
- ♦ Tonassistentin in "Fe en el cine" von 13TV
- ♦ Redakteurin in der Abteilung für interne und externe Kommunikation von PwC
- ♦ Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation und Journalismus an der Universität San Pablo CEU
- ♦ InDesign-Kurs auf professionellem Niveau an der San Pablo CEU Universität



05

Struktur und Inhalt

Um den Studienplan für diesen privaten Masterstudiengang zu entwickeln, mussten TECH und sein Expertenteam intensiv daran arbeiten, die Informationen auszuwählen, zu filtern und so zu entwickeln, dass die Studenten ein sehr hohes fachliches Niveau erreichen können. Darüber hinaus haben sie Hunderte von Stunden an abwechslungsreichem Zusatzmaterial ausgewählt (ausführliche Videos, Forschungsartikel, ergänzende Lektüre, Übungen zur Selbsterkenntnis, dynamische Zusammenfassungen und vieles mehr!), um die verschiedenen Abschnitte des Studienplans auf eine persönliche Art und Weise zu vertiefen. Auf diese Weise garantiert diese Universität eine auf jeden Spezialisten zugeschnittene Weiterbildung.





“

Kennen Sie die Relearning-Methode? Dank deren Verwendung bei der Entwicklung dieses Programms werden Sie Studienzeit sparen, ohne dass die akademische Qualität darunter leidet"

Modul 1. Digitale Kommunikation und Gesellschaft

- 1.1. Netzwerk-Gesellschaft vs. Soziale Netzwerke
 - 1.1.1. Die Netzwerkgesellschaft
 - 1.1.2. Macht in der Netzwerkgesellschaft
 - 1.1.3. Selbstmitteilung und Gegenmacht
 - 1.1.4. Die Rolle der sozialen Netzwerke
 - 1.1.4.1. Aktive soziale Teilhabe durch soziale Netzwerke
 - 1.1.4.2. Datenschutz und Sicherheit in Netzwerken
- 1.2. Die Beschleunigung der Zeit
 - 1.2.1. Unmittelbarkeit und Digitalisierung, Protagonisten der Kommunikation des 21. Jahrhunderts
 - 1.2.1.1. Wie sind wir zu dieser neuen sozialen Landschaft gekommen?
 - 1.2.2. Die Rolle der Massenmedien
 - 1.2.3. Die neue Rolle des Journalismus mit dem Aufkommen des Internets
 - 1.2.3.1. Das Fortbestehen des traditionellen Journalismus
 - 1.2.3.2. Soziale Netzwerke und Bürgerjournalismus
- 1.3. Digitale Generation
 - 1.3.1. Internet und die neuen Generationen
 - 1.3.2. Aufbau einer Identität durch das Internet
 - 1.3.3. Klassifizierung der digitalen Gesellschaft
 - 1.3.3.1. Nach Geburtsjahr
 - 1.3.3.2. Je nachdem, ob Sie ein Digital Native oder ein Digital Immigrant sind
 - 1.3.3.3. Danach, ob Sie ein Besucher oder ein Einwohner sind
 - 1.3.4. Vergleich der beiden jüngsten und am stärksten digital geprägten Generationen, Y und Z
- 1.4. Weltweite Informationsordnung vs. Globale Kommunikation
 - 1.4.1. Die neue Weltinformationsordnung (NWICO)
 - 1.4.2. Theorien der globalen Kommunikation
 - 1.4.2.1. Robertson: Die Strukturierung der heutigen Welt auf der Grundlage der Globalisierung
 - 1.4.2.2. Rosenau: Auf der Suche nach einem Begriff für einen tiefgreifenden ontologischen Wandel
 - 1.4.2.3. Castells: Die Informationsgesellschaft und die globalen Netzwerke
 - 1.4.2.4. Held und Kollegen: Globale Transformationen
 - 1.4.3. Schlussfolgerungen



- 1.5. Journalistische Produktionsmodelle
 - 1.5.1. Nachrichtenproduktion in den traditionellen Massenmedien
 - 1.5.1.1. Debatte über die Produktion von Informationen und ihren Einfluss auf die Gesellschaft
 - 1.5.1.2. Elemente der Produktion, die die öffentliche Meinung beeinflussen: Agenda Setting, Priming und Framing
 - 1.5.2. Der neue digitale Journalismus
 - 1.5.2.1. Journalistische Produktion im Internet
 - 1.5.2.2. Die visuellen Muster des digitalen Lesens
 - 1.5.2.3. Kürze als dominantes Merkmal der digitalen Produktion
 - 1.5.2.4. Wie produziert man einen Nachrichtenbeitrag für das Internet?
 - 1.5.2.5. Links und Multimedia-Inhalte als informative Elemente
- 1.6. Herausforderungen des Berufsstandes
 - 1.6.1. Das neue Profil des digitalen oder WWW-Journalisten
 - 1.6.2. Erste Herausforderung: Das neue Profil des digitalen Publikums kennen
 - 1.6.2.1. Engagement, Personalisierung und Webanalyse
 - 1.6.2.2. Die Herrschaft des Publikumsinteresses?
 - 1.6.3. Zweite Herausforderung: Hin zum Social Media Journalismus, die Rolle des Social Media Redakteurs
 - 1.6.4. Dritte Herausforderung: das neue System der journalistischen Beschaffung
 - 1.6.5. Vierte Herausforderung: Der Echtzeit-Journalismus (The Real Time Journalism)
 - 1.6.5.1. Gleichzeitigkeit
 - 1.6.5.2. Hypertext
 - 1.6.5.3. Multimediale Ausdruckskraft
- 1.7. Prestige und Glaubwürdigkeit
 - 1.7.1. Einführung
 - 1.7.2. Selbstregulierung
 - 1.7.2.1. Strategie der Selbstregulierung
 - 1.7.2.2. Regularisierungsmechanismen
 - 1.7.3. Neudefinition der Rolle des Journalisten
 - 1.7.3.1. Glaubwürdigkeitskrise
 - 1.7.3.2. Disintermediation
 - 1.7.3.3. Von der Knappheit zum Fluch des Überflusses

- 1.7.4. Journalismus und Glaubwürdigkeit in historischer Perspektive
 - 1.7.4.1. Manipulation und das Ende des Paktes mit den Bürgern
- 1.7.5. Desinformation als Chance für den Journalismus
- 1.7.6. Die Gesichter der journalistischen Glaubwürdigkeit und des Prestiges

Modul 2. Journalismus und soziale Netzwerke

- 2.1. Journalisten auf sozialen Plattformen
 - 2.1.1. Einleitung
 - 2.1.2. Soziale Netzwerke, ein neuer Studiengegenstand in der Kommunikation
 - 2.1.2.1. Die neue 2.0 Umgebung
 - 2.1.3. Soziale Netzwerke im Journalismus
 - 2.1.3.1. Nutzer, Inhalte und journalistische Quellen
 - 2.1.3.2. Der dreiteilige Ansatz für den Journalismus in den sozialen Medien
 - 2.1.3.3. Das Aufkommen von Stilbüchern für Journalisten
 - 2.1.3.4. Journalistisches Schreiben auf Facebook
 - 2.1.3.5. Journalistisches Schreiben auf Twitter
 - 2.1.3.6. Vor- und Nachteile des journalistischen Schreibens auf Facebook und Twitter
 - 2.1.4. Umsetzung einiger digitaler Strategien in den Medien
 - 2.1.4.1. International
 - 2.1.5. Nutzung sozialer Medien als journalistisches Werkzeug
- 2.2. Medien auf sozialen Plattformen
 - 2.2.1. Metamedia
 - 2.2.1.1. Komplexität der sozialen Netzwerke
 - 2.2.1.2. Soziale Plattformen in Medienunternehmen
 - 2.2.1.3. Ergebnisse des Medienbarometers
 - 2.2.2. Medienkommunikationsstrategie auf sozialen Plattformen
 - 2.2.2.1. Anwendung auf soziale Netzwerke
 - 2.2.2.2. Vorläufige Diagnose oder Analyse
 - 2.2.3. Verwaltung der offiziellen Medienkonten
 - 2.2.3.1. Modelle zur Verwaltung von Inhalten
 - 2.2.3.2. Richtlinien für die Verwaltung und Planung von Inhalten auf Facebook und Twitter
 - 2.2.3.3. Fragen und Herausforderungen bei der Netzwerkverwaltung

- 2.3. Medienprofile auf sozialen Plattformen
 - 2.3.1. Einführung: neu entstehende journalistische Profile
 - 2.3.2. Der Community Manager im Internet
 - 2.3.2.1. Profil
 - 2.3.2.2. Funktionen
 - 2.3.3. Multitasking/Multimedia-Journalist
 - 2.3.3.1. Funktionen
 - 2.3.3.2. Interaktive Multimedia-Journalistenprofile
 - 2.3.3.3. Rekrutierung: Ein multimedialer, interaktiver, vielseitiger und spezialisierter Journalist
 - 2.3.4. Datenjournalist
 - 2.3.4.1. Ausbildung und Profil des Datenjournalisten
 - 2.3.4.2. Mobiler Journalismus
 - 2.3.5. Die Entwicklung des mobilen Journalismus auf digitalen Plattformen
 - 2.3.5.1. Formate des digitalen und mobilen Journalismus
- 2.4. Networking und die Beziehung zu Quellen im sozialen Umfeld
 - 2.4.1. Einleitung
 - 2.4.2. Soziale Online-Netzwerke
 - 2.4.2.1. Konnektivität
 - 2.4.2.2. Online- und Offline-Gemeinschaften
 - 2.4.3. Wie kann man die Vernetzung/ digitale Gemeinschaft vergrößern?
 - 2.4.3.1. Definition des Zielmarktes der Medien/Journalisten
 - 2.4.3.2. Personalisierung der Marke
 - 2.4.4. Meist genutzte soziale Netzwerke als Quelle für journalistische Informationen
- 2.5. Journalistische Ethik und Informationstransparenz in sozialen Netzwerken
 - 2.5.1. Herausforderungen für die Qualitätsethik in der neuen digitalen Umgebung
 - 2.5.2. Die doppelten ethischen Anforderungen des Journalismus
 - 2.5.2.1. Transparenz als Instrument für ethischen Journalismus
 - 2.5.2.2. Transparenz als Voraussetzung für ethischen Journalismus
 - 2.5.3. Transparenz und Medienorganisationen
 - 2.5.3.1. Von Informationsprofis zu Internet-Community-Managern
 - 2.5.3.2. Von der Geheimhaltung zur Transparenz
- 2.5.4. Soziale Plattformen zugunsten der Informationstransparenz
 - 2.5.4.1. Wikitribune-Plattform: transparenter und kollaborativer Journalismus
 - 2.5.4.2. Deba-t.org Plattform: Transparenz bei der Förderung von Debatten und öffentlichen Diskussionen
- 2.6. Narration von Informationen auf sozialen Plattformen
 - 2.6.1. Einführung in die digitale Narration
 - 2.6.1.1. Eine neue Art der Narration
 - 2.6.1.2. Sprache und Genres in der digitalen Narration
 - 2.6.1.3. Potenziale und Möglichkeiten digitaler Medien oder "Bildschirme"
 - 2.6.2. Narrative identifiziert sich mit der Navigation
 - 2.6.2.1. Einzigartigkeit der journalistischen Sprache
 - 2.6.2.2. Multiple Sprachen
 - 2.6.2.3. Grammatikalische Korrektheit
 - 2.6.3. Schreibtechniken: von der umgekehrten Pyramide zur Lügenpyramide
 - 2.6.3.1. Schreibtechniken
 - 2.6.4. Die Genres des Cyberjournalismus

Modul 3. Audiovisuelle Kultur

- 3.1. Die Postmoderne im audiovisuellen Bereich
 - 3.1.1. Was ist die Postmoderne?
 - 3.1.2. Massenkultur im Zeitalter der Postmoderne
 - 3.1.3. Die Entstehung von argumentativen Diskursen
 - 3.1.4. Die Kultur des Simulakrums
- 3.2. Semiotik: Symbole in der audiovisuellen Kultur
 - 3.2.1. Was ist Semiotik?
 - 3.2.2. Semiotik oder Semiologie?
 - 3.2.3. Semiotische Codes
 - 3.2.4. Visuelle Motive
- 3.3. Lernen zu beobachten
 - 3.3.1. Bild und Kontext
 - 3.3.2. Der ethnografische Blick
 - 3.3.3. Fotografie als Kreuzung der Blicke
 - 3.3.4. Visuelle Anthropologie



- 3.4. Die Komposition des Bildes
 - 3.4.1. Erläuterungen
 - 3.4.2. Dynamisches Gleichgewicht
 - 3.4.3. Gewicht und Blickrichtung
 - 3.4.4. Grundregeln
- 3.5. Ästhetik in audiovisuellen Medien
 - 3.5.1. Was ist Ästhetik?
 - 3.5.2. Ästhetische Kategorien
 - 3.5.3. Das Groteske und das Abscheuliche
 - 3.5.4. Der "schlechte Geschmack" (Kitsch) und der "gute Geschmack" (Camp)
- 3.6. Neue und erneuerte Formen des Audiovisuellen
 - 3.6.1. Virale Videokunst
 - 3.6.2. Die Massendatenbank als künstlerische Praxis
 - 3.6.3. Die Technik der Videoprojektion
 - 3.6.4. Die visuellen Schöpfer (Vj's)
- 3.7. Intertextualität als kreative Strategie
 - 3.7.1. Was ist Intertextualität?
 - 3.7.2. Das Zitat
 - 3.7.3. Die Anspielung
 - 3.7.4. Plagiat
 - 3.7.5. Appropriationismus
 - 3.7.6. Selbstreferenzialität
 - 3.7.7. Parodie
- 3.8. Dialog zwischen den Künsten
 - 3.8.1. Intermedialität
 - 3.8.2. Die Hybridisierung der Künste
 - 3.8.3. Klassizismus und die Trennung der Künste
 - 3.8.4. Romantik und die endgültige Vereinigung der Künste
 - 3.8.5. Totale Kunst in der Avantgarde
 - 3.8.6. Transmediale Erzählungen

- 3.9. Das neue Kino
 - 3.9.1. Die Beziehung zwischen Kino, Kultur und Geschichte
 - 3.9.2. Eine (un)vorhersehbare technologische Entwicklung
 - 3.9.3. Das Kino ist tot!
 - 3.9.4. Erweitertes Kino
- 3.10. Der Aufstieg des Dokumentarfilms
 - 3.10.1. Der Dokumentarfilm
 - 3.10.2. Strategien der Objektivität
 - 3.10.3. Der Aufstieg der Mockumentary
 - 3.10.4. Das gefundene Filmmaterial

Modul 4. Mobiler Journalismus

- 4.1. Journalistische Arbeit mit Handys und Tablets
 - 4.1.1. Einleitung
 - 4.1.2. Was ist mobiler Journalismus?
 - 4.1.3. Gestaltung des Journalismus für mobile Nachrichtenplattformen
 - 4.1.3.1. Die Etappen des Einzugs des Mobilfunks in den Journalismus
 - 4.1.3.2. Produktion im mobilen Journalismus
 - 4.1.4. Mobiler Journalismus
 - 4.1.4.1. Vom Monomedia-Profi zum mobilen Journalisten
 - 4.1.4.2. Konfiguration des mobilen Journalisten
 - 4.1.5. Ein Modell für mobilen Journalismus
- 4.2. Mobiler Journalismus
 - 4.2.1. Einleitung
 - 4.2.1.1. Die neuen Schlüssel: Konvergenz, Divergenz und Mobilität
 - 4.2.1.2. Multimedialität und Narration
 - 4.2.1.2.1. Das Mobiltelefon als Alltagsgegenstand
 - 4.2.1.3. Der vierte Bildschirm und der Journalismus
 - 4.2.1.4. Mobiltelefon
 - 4.2.1.5. Smartphone
 - 4.2.1.6. Tablette
 - 4.2.2. Mobile Geräte: Radio und Fernsehen
 - 4.2.2.1. Mobiltelefon
 - 4.2.2.2. Smartphone
 - 4.2.2.3. Tablette
 - 4.2.3. Wie können Sie Inhalte verbreiten? Die 4K-Analyse (Konsument, Kommunikation, Kosten und Komfort)

- 4.3. Tools und Anwendungen für die Produktion von journalistischen Inhalten
 - 4.3.1. Einleitung
 - 4.3.1.1. Hauptmerkmale bei der Produktion von mobilem Journalismus
 - 4.3.2. Bewerbungen für den Journalismus
 - 4.3.2.1. Audio-Anwendungen
 - 4.3.2.1.1. Audioaufnahme
 - 4.3.2.1.2. Aufnahme von Anrufen
 - 4.3.2.1.3. Audio bearbeiten
 - 4.3.2.1.4. Live-Übertragung von Audio
 - 4.3.2.2. Video-Anwendungen
 - 4.3.2.2.1. Video aufnehmen
 - 4.3.2.2.2. Videobearbeitung
 - 4.3.2.2.3. Übertragung von Live-Video
 - 4.3.3. Andere nützliche Tools
- 4.4. Spezialisierte Strategien für mobiles Storytelling
 - 4.4.1. Einleitung
 - 4.4.2. Neue Narrative
 - 4.4.2.1. Multimedia-Narrative
 - 4.4.2.2. Transmediale Narration
 - 4.4.3. Narrative Ästhetik
 - 4.4.3.1. Wiederholung
 - 4.4.3.2. Die Geschwindigkeit
 - 4.4.3.3. Übermaß
 - 4.4.3.4. Das Ungeheuerliche
 - 4.4.3.5. Der Zusammenstoß
 - 4.4.4. Vom Schreibtisch zur Mobilität
 - 4.4.4.1. Ubiquität
 - 4.4.4.2. Flüchtige Natur
 - 4.4.4.3. Unmittelbarkeit
- 4.5. Der Konsum von journalistischen Informationen über mobile Geräte
 - 4.5.1. Einleitung
 - 4.5.2. Besitz von mobilen vs. traditionellen Geräten
 - 4.5.3. Nutzung von Nachrichten auf digitalen Geräten

- 4.5.4. Die Nachrichtenreise
 - 4.5.4.1. Ist es eher eine Gewohnheit des Nachrichtenverhaltens als ein Hilfsmittel?
 - 4.5.4.2. Die mobilen Nachrichten-Allesfresser und die sogenannten Desktop/Laptop-"Geierfonds"
 - 4.5.4.3. Demografische Daten der Nutzer beim digitalen Nachrichtenkonsum
- 4.5.5. Eigenschaften und Gewohnheiten des modernen Nachrichtenkonsumenten
 - 4.5.5.1. Junge Erwachsene
 - 4.5.5.2. Digitale Unterscheidungen
- 4.6. Mobile Anwendungen und Dienste für die Nachrichtenberichterstattung
 - 4.6.1. Einleitung
 - 4.6.2. Aktueller Nutzen von Smartphones für Bürger und Nachrichtenprofis
 - 4.6.3. Aktuelle Entwicklung des mobilen Journalismus in Nachrichtenorganisationen
 - 4.6.4. Mobile Anwendungen und die wichtigsten Informationsgeneratoren
 - 4.6.4.1. Zeitungen
 - 4.6.4.2. Radios
 - 4.6.4.3. Zeitschriften

Modul 5. Datenanalyse und Visualisierung

- 5.1. Kognitive Prinzipien: Information, Kommunikation und Wissen
 - 5.1.1. Ursprung der kognitiven Wissenschaften
 - 5.1.2. Information und Kommunikation
 - 5.1.2.1. Lasswell, ein soziologischer Ansatz
 - 5.1.2.2. Shannon und Weaver, ein kybernetischer Ansatz
 - 5.1.2.3. Das Maletzke-Modell und die kollektive Kommunikation
 - 5.1.3. Die Kommunikation
 - 5.1.3.1. Eco, ein semiotisches Modell der Kommunikation
 - 5.1.3.2. Zeichen, Signale, Symbole...
 - 5.1.4. Repräsentation oder Wissen
 - 5.1.4.1. Arten der Darstellung oder des Wissens
 - 5.1.5. Der Wert von Informationen, analysiert nach dem Modell von Maletzke
 - 5.1.5.1. Allgemeine Überlegungen
 - 5.1.5.2. Die Erfassung und der Wert von Informationen
 - 5.1.5.3. Regulierung
 - 5.1.5.4. Eigentum und Wert von Informationen
 - 5.1.5.5. IT-Systeme
 - 5.1.5.6. Maletzke und die virtuellen Medien von heute

- 5.2. Techniken und Methodologien der Informationsanalyse: Praktische Fälle
 - 5.2.1. Einleitung
 - 5.2.1.1. Annäherung an das Konzept des Datenjournalismus oder Computerjournalismus
 - 5.2.2. Massendatenbanken
 - 5.2.3. Methodik für die Analyse von Massendatenbanken
 - 5.2.3.1. Automatisierte Inhaltsanalyse
 - 5.2.3.2. Automatisierte Stimmungsanalyse
 - 5.2.3.3. Data Mining
 - 5.2.3.4. Automatisches Lernen
 - 5.2.3.5. Textmining
 - 5.2.3.6. Web Mining
 - 5.2.4. Tools, die im Computer- oder Datenjournalismus verwendet werden
 - 5.2.5. Internationale Fallstudien
 - 5.2.5.1. Datenanalyse im Wahlkampf
- 5.3. Deskriptive und multivariate Statistik
 - 5.3.1. Die Variablen
 - 5.3.2. Deskriptive Statistik
 - 5.3.2.1. Eindimensionale Analyse
 - 5.3.2.1.1. Frequenzen
 - 5.3.2.1.2. Grafische Darstellung von Frequenzen. Die Verteilung
 - 5.3.2.2. Zweidimensionale Analyse
 - 5.3.2.2.1. Kreuzfrequenzen
 - 5.3.2.2.2. Korrelationen
 - 5.3.3. Multivariate Statistik
 - 5.3.3.1. Schritte vor der Analyse
 - 5.3.3.2. Fehlende Daten
 - 5.3.3.3. Überprüfung der Annahmen multivariate Analyse
 - 5.3.3.3.1. Normalität
 - 5.3.3.3.2. Homoskedastizität
 - 5.3.3.3.3. Linearität
 - 5.3.4. Klassifizierung von multivariaten Analysen

- 5.3.5. Multivariate Analysemethoden
 - 5.3.5.1. Kanonische Korrelation
 - 5.3.5.2. Faktorenanalyse
 - 5.3.5.3. Diskriminanzanalyse
 - 5.3.5.4. Logistische Diskriminierung
- 5.4. Einführung in Infografiken und Informationsvisualisierung
 - 5.4.1. Einleitung
 - 5.4.2. Vertiefung des Konzepts der Infografik und Informationsvisualisierung
 - 5.4.2.1. Von der Psychologie zur Infografik
 - 5.4.2.2. Die Grundlagen des Modells
 - 5.4.2.3. Vom Informationsdesign zur Infografik
 - 5.4.2.4. Ästhetische Infografiken versus analytische Infografiken
 - 5.4.3. Interaktive Visualisierung
 - 5.4.3.1. Der große Übergang: Infografiken als Werkzeug
 - 5.4.3.2. Welche Interaktion? Die drei Klassen
 - 5.4.3.3. Navigation und Szenen
 - 5.4.3.4. Multimedialität
 - 5.4.4. Der Fall der New York Times
 - 5.4.4.1. Die Struktur der Grafikabschnitte
 - 5.4.4.2. Der Arbeitsprozess
- 5.5. Technologien für die Informationsvisualisierung
 - 5.5.1. Einleitung
 - 5.5.2. Modelle zur Visualisierung
 - 5.5.3. Neuartige Informationsvisualisierungen
 - 5.5.4. Technologien
- 5.6. Fallstudien im Journalismus
 - 5.6.1. Beispiele für die Interaktion und Visualisierung von Informationen im "strukturierten Journalismus"
 - 5.6.2. Preis für den besten Datenjournalismus 2019

Modul 6. Fortgeschrittene Techniken zur Datenvisualisierung

- 6.1. Techniken und Grundsätze der Analyse
 - 6.1.1. Kognitive Prinzipien: Information, Kommunikation und Wissen
 - 6.1.2. Die wichtigsten Arten der Datenvisualisierung
- 6.2. Informationsanalyse in komplexen Systemen
 - 6.2.1. Definierbarkeit eines Systems
 - 6.2.2. Komponenten eines komplexen Systems
 - 6.2.3. Prozesse und Ebenen der Analyse
- 6.3. Interaktive Visualisierung im Web und auf mobilen Geräten
 - 6.3.1. Data Mining: Anwendungen im Bereich des Journalismus
 - 6.3.2. Visualisierung in sozialen Netzwerken
- 6.4. Anwendungen im Bereich des Journalismus
 - 6.4.1. Extraktion von Informationen
 - 6.4.2. Plattformen für die Datenanalyse
 - 6.4.3. Studie über Tools zur Datenvisualisierung

Modul 7. Neue Formen der Narration

- 7.1. Digitale Narration
 - 7.1.1. Die Rolle der Formen der Narration
 - 7.1.2. Mehrwerte der neuen Medien: Unmittelbarkeit, Hypertextualität, Interaktivität und die Protagonistenrolle des Lesers
 - 7.1.3. Die neue Narration der journalistischen Nachrichtengattungen: Elemente der Nachrichtenmeldung
 - 7.1.4. Die neue Narration der erklärenden journalistischen Gattungen: Unterscheidungsmerkmale
 - 7.1.5. Die neue Narration der meinungsjournalistischen Gattungen: partizipative Modalitäten: Leserbriefe, Umfragen und Erhebungen, Diskussionsforen
- 7.2. Partizipative Mechanismen bei der Ausarbeitung von journalistischen Erzählungen
 - 7.2.1. Partizipative Räume: der neueste große Trend
 - 7.2.2. Neue Medien und aktives Publikum
 - 7.2.3. Der Wert des professionellen Journalismus

- 7.3. Multiplattform-Inhalte
 - 7.3.1. Content Manager in der Multiplattform-Produktion
 - 7.3.2. Vom passiven Konsumenten zum aktiven Produzenten
 - 7.3.3. Metaverse: Die reale Welt als Betriebssystem
- 7.4. Transmediale journalistische Projekte
 - 7.4.1. Transmediale Narratologie und transmediale Narration
 - 7.4.2. 6x9: Eine virtuelle Erfahrung der Einzelhaft aus der Zeitung The Guardian
- 7.5. Mitreißender und allgegenwärtiger Journalismus
 - 7.5.1. Grundsätze der Gestaltung immersiver Nachrichtenerlebnisse
 - 7.5.2. Virtuelle Realität
 - 7.5.3. Grundsätze der Gestaltung gemischter Informationserlebnisse
 - 7.5.4. Augmented Reality

Modul 8. Digitale Tools und Ressourcen

- 8.1. Der aktuelle technologische Rahmen des Journalismus
 - 8.1.1. Kommunikative Möglichkeiten
 - 8.1.2. Technologische Fähigkeiten und neue Berufsprofile
 - 8.1.3. Beispiele für die Anwendbarkeit
- 8.2. Tools für digitale Journalisten
 - 8.2.1. Online-Ressourcen für die Produktion und Bearbeitung von Nachrichteninhalten
 - 8.2.2. Organisationstools für Journalisten
 - 8.2.3. Technologische Hilfsmittel für die Informationsverbreitung

Modul 9. Projektmanagement für digitale Kommunikation

- 9.1. Projektmanagement: Grundlegende Konzepte
 - 9.1.1. Komponenten des Projektmanagements: die Wissensgebiete
 - 9.1.2. Die menschlichen Kosten des Projektmanagements
 - 9.1.3. Management-Fähigkeiten
- 9.2. Projekte zur digitalen Kommunikation
 - 9.2.1. Projektinitiierung und Vorarbeiten
 - 9.2.2. Projektplanung und -durchführung
 - 9.2.3. Projektüberwachung, Kontrolle und Abschluss

Modul 10. Datenjournalismus

- 10.1. Informationsquellen
 - 10.1.1. Suchstrategien
 - 10.1.2. Typische statistische Deskriptoren
- 10.2. Mechanismen zur Auswahl und Filterung von Daten
 - 10.2.1. Merkmalsextraktion
 - 10.2.2. Zusammenfassen von Daten mit Tabellen und Diagrammen
 - 10.2.3. Interaktivität

Modul 11. Investigativer Journalismus

- 11.1. Einleitung
 - 11.1.1. Was ist investigativer Journalismus?
 - 11.1.2. Beispiele für große investigative Journalisten
 - 11.1.3. Formulierung von Hypothesen
- 11.2. Bewertung der Methoden
 - 11.2.1. Mit Quellen arbeiten und sich auf sie beziehen
 - 11.2.2. Organisation und Strukturierung von Daten
 - 11.2.3. Suche nach Verbindungen zwischen Dateien
- 11.3. Einen Bericht schreiben
 - 11.3.1. Was ist ein Bericht?
 - 11.3.2. Stil
 - 11.3.3. Struktur
 - 11.3.4. Wie wird eine Story geschrieben?
- 11.4. Techniken zur Qualitätskontrolle
 - 11.4.1. Ein ethischer Faktencheck
 - 11.4.2. Verwendung der Stammdatei zur Datenprüfung
 - 11.4.3. Vorhersehbare psychologische Auswirkungen der Faktenüberprüfung

Modul 12. Geschäftsmodelle und Unternehmertum in der digitalen Kommunikation

- 12.1. Der geschäftliche Kontext im Bereich der Information
 - 12.1.1. Der Informationssektor
 - 12.1.2. Die Akteure der sozialen Kommunikation im digitalen Kontext
 - 12.1.3. Theoretischer und methodologischer Vorschlag für das Studium der Cyber-Medien
- 12.2. Unternehmertum
 - 12.2.1. Unternehmertum und das Erkennen von Chancen
 - 12.2.2. Finanzierung der unternehmerischen Tätigkeit
 - 12.2.3. Internes Unternehmertum
- 12.3. Informationsunternehmen
 - 12.3.1. Arten von Informationsunternehmen
 - 12.3.2. Medienmanagement und Organisation
 - 12.3.3. Geschäftsplanung
- 12.4. Geschäftsmodelle für Online-Medien
 - 12.4.1. Die Natur der Geschäftsmodelle
 - 12.4.2. Die Bedeutung der Wertschöpfung
 - 12.4.3. Arten von Geschäftsmodellen und ihre Entwicklung

Modul 13. Fortgeschrittene Techniken zur analysieren und zu Datenvisualisierung

- 13.1. Publikum
 - 13.1.1. Der neue digitale Journalismus aus der Sicht des Publikums
 - 13.1.2. Modelle zur Publikumsmessung
 - 13.1.3. Partizipatives Publikum
- 13.2. Debatte über den Begriff der öffentlichen Meinung
 - 13.2.1. Die Entwicklung der öffentlichen Sphäre von der Massengesellschaft zur Netzwerkgesellschaft
 - 13.2.2. Das Konzept der öffentlichen Meinung in der Informationsgesellschaft
 - 13.2.3. Aggregierte und diskursive öffentliche Meinung und ihre Übergangsdynamik

- 13.3. Modelle der Analyse
 - 13.3.1. Die öffentliche Meinung als Wissen
 - 13.3.2. Herausforderungen der öffentlichen Meinungsbildung in den digitalen Medien
 - 13.3.3. Methoden für die Untersuchung der öffentlichen Meinung
- 13.4. Der neue öffentliche Raum für Journalisten
 - 13.4.1. Journalismus in einer stärker partizipativen Demokratie
 - 13.4.2. Die Rolle des Journalisten in der neuen digitalen Realität
 - 13.4.3. Bürgerlicher Journalismus

Modul 14. Audiovisuelle Produktion und Transmedia

- 14.1. Transmediale Narrativen
 - 14.1.1. Einleitung
 - 14.1.2. Die Merkmale von transmedialen Narrativen
 - 14.1.3. Die Anwendung von transmedialen Narrativen im Bereich des Journalismus
 - 14.1.4. Transmediale Narrative in der Populärkultur
- 14.2. Entwicklung eines transmedialen Projekts
 - 14.2.1. Das transmediale Projekt
 - 14.2.2. Formate und Techniken für die Produktion von transmedialen Dokumentarfilmen
 - 14.2.3. Fallstudie: Die transmediale Dokumentation auf den Spuren des Beast Man
- 14.3. Experimentieren mit Tools zur Umsetzung von Transmedia-Projekten: Erstellung eines Prototyps
 - 14.3.1. Transmediale Reportagen als Teil des neuen Journalismus
 - 14.3.2. Bürgerbeteiligung in kollaborativen Dokumentarfilmen: Auf dem Weg zu neuen audiovisuellen Erzählungen

Modul 15. Content Marketing

- 15.1. Förderung von Inhalten
 - 15.1.1. Was ist Content Marketing?
 - 15.1.2. Wie man Content Marketing entwickelt
 - 15.1.3. Eine Strategie erstellen
- 15.2. Marketing Zielgruppen
 - 15.2.1. Das Publikum als Verbündeter des Vertriebs
 - 15.2.2. Wie man ein Publikumsprofil definiert
 - 15.2.3. Messung des Publikums
- 15.3. Marketing für soziale Medien
 - 15.3.1. Einleitung
 - 15.3.2. Strategie und Plan für soziale Medien
 - 15.3.3. Neue Konzepte, die sich aus der Integration von sozialen Medien in den Bereich Marketing und Kommunikation ergeben
 - 15.3.4. Interne Marketing- und Inhaltsstrategie
- 15.4. Soziokulturelle Perspektive
 - 15.4.1. Theorie der Informationsverarbeitung
 - 15.4.2. Die Theorie von Bruner
 - 15.4.3. Synthese: zwei Arten der Bedeutung

“Überlegen Sie nicht lange und entscheiden Sie sich für eine Qualifikation, die Sie auf eine Stufe mit den Großen des Journalismus stellt und Ihnen viele Türen auf dem Medienmarkt öffnen wird”



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.

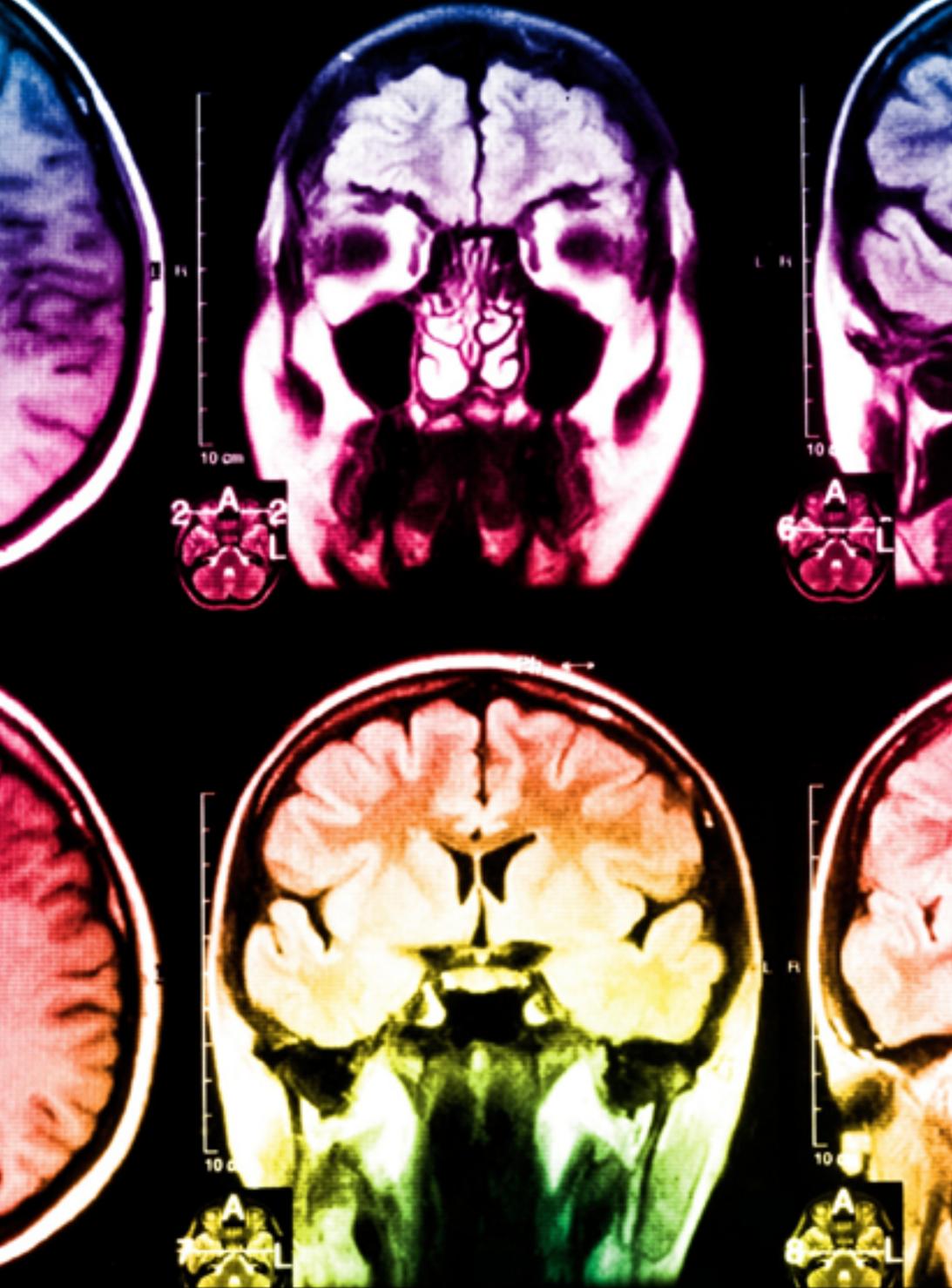
Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren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



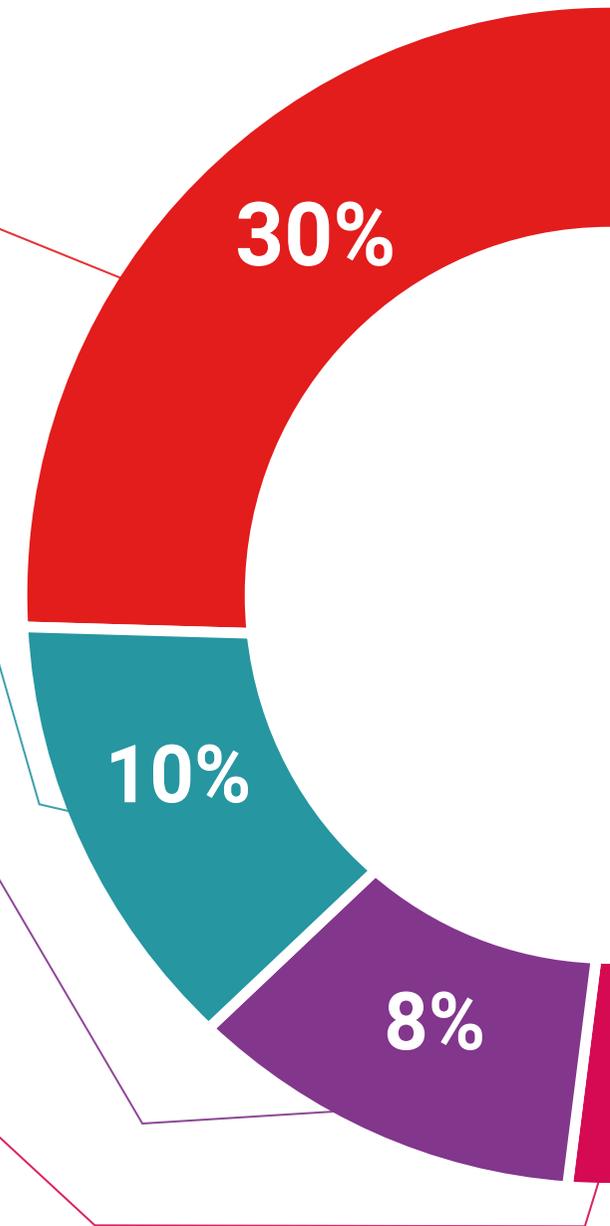
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

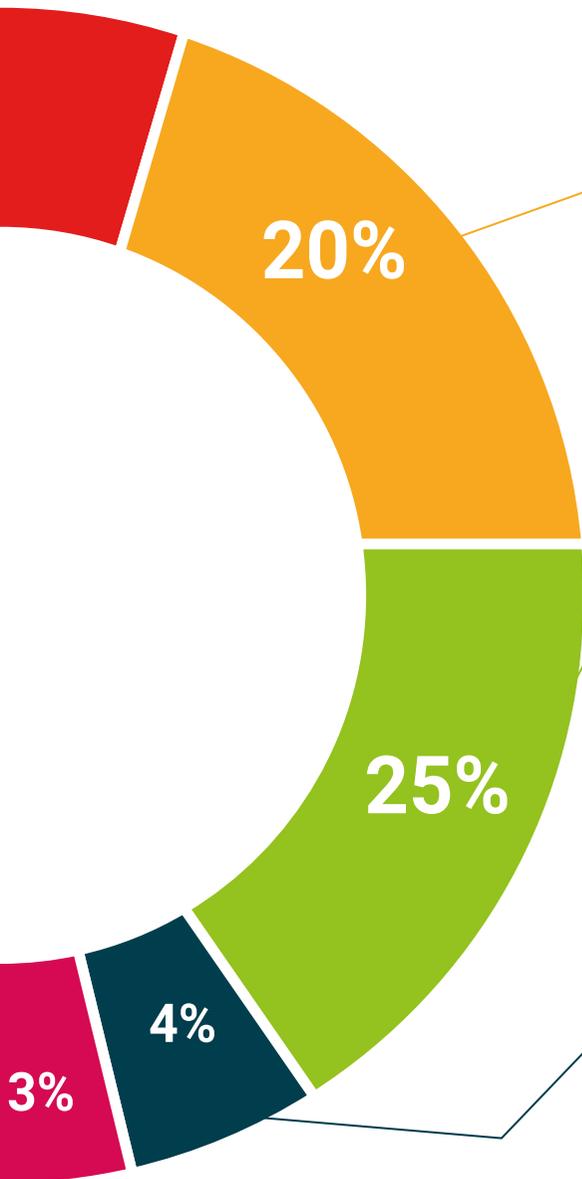
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Multimedia-Journalismus 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"*

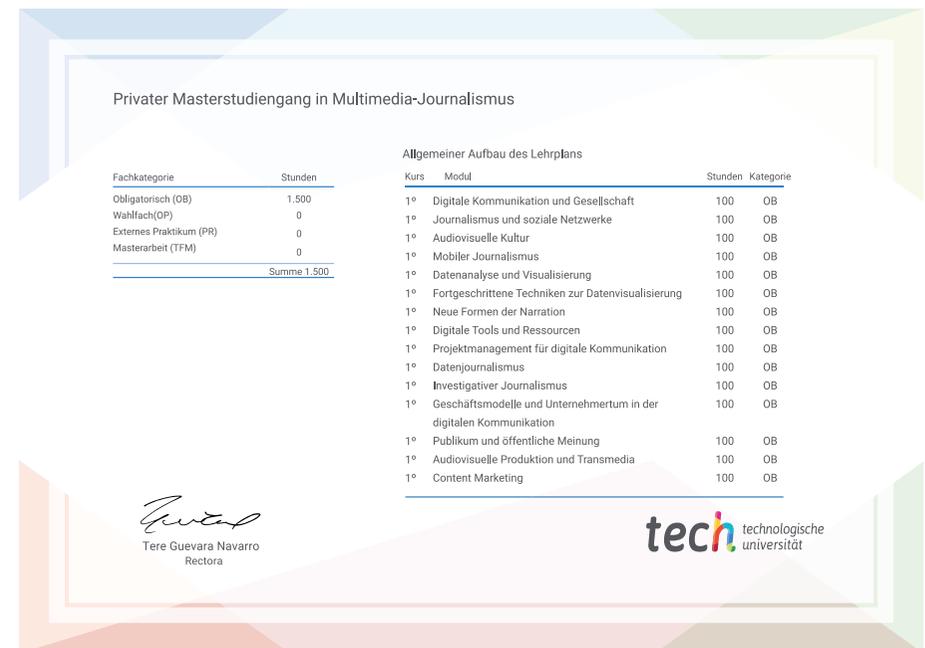
Dieser **Privater Masterstudiengang in Multimedia-Journalismus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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 Multimedia-Journalismus**

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 innovationen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang

Multimedia-Journalismus

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

Privater Masterstudiengang Multimedia-Journalismus