

Privater Masterstudiengang

Theorie und Kritik des
Audiovisuellen Produkts



Privater Masterstudiengang Theorie und Kritik des Audiovisuellen Produkts

- » 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-theorie-kritik-audiovisuellen-produkts

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 14

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 28

06

Qualifizierung

Seite 36

01

Präsentation

Die Entwicklung des audiovisuellen Produkts seit seinen Anfängen hat in all seinen Aspekten eine beeindruckende Eskalation erfahren. Auf technischer Ebene haben die Fortschritte zu einem Kapazitätsniveau geführt, das die Schaffung revolutionärer und sehr interessanter Formate und Produkte ermöglicht. Aber diese Entwicklung hat auch bei den Kommunikationsstilen stattgefunden. Aber diese Entwicklung hat auch bei den Kommunikationsstilen stattgefunden. In diesem Programm lernen Sie die verschiedenen Momente und Merkmale des audiovisuellen Produkts im internationalen Kontext in einer Fortbildung von höchster Qualität kennen; das Markenzeichen aller TECH-Programme.





“

*Eine hochqualitative
Vorbereitungsreise durch
die Theorie und Kritik des
audiovisuellen Produkts"*

Um im audiovisuellen Sektor zu arbeiten, ist es unerlässlich, sich in einer Branche auszukennen, die sich mit ihren eigenen Besonderheiten bewegt. In den verschiedenen Fächern, die diesen privaten Masterstudiengang ausmachen, werden alle Bereiche erläutert, in denen das audiovisuelle Produkt entwickelt wird.

Dazu ist es unerlässlich, die Aspekte der visuellen Kommunikation zu entschlüsseln. Natürlich sind das Bild und seine Ausdrucksformen die Grundlage des audiovisuellen Produkts, auch wenn sie sich mit den anderen Teilen der Botschaft ergänzen müssen. Der Umgang mit den Schlüsseln zur Kommunikation ist gleichbedeutend mit dem Sprechen der Sprache dieser wettbewerbsintensiven Branche.

Aber nicht nur die Zeichen, die das visuelle Element bilden, sind wichtig. Während des privaten Masterstudiengangs werden die Merkmale des Kulturjournalismus, Kenntnisse über zeitgenössische künstlerische Bewegungen und andere Themen im Zusammenhang mit der internationalen Bewegung studiert, in der das audiovisuelle Produkt geschaffen, produziert, verbreitet und konsumiert wird.

In diesem Sinne wird den Kinos in den verschiedensten Teilen der Welt besondere Aufmerksamkeit gewidmet, um die Beziehung zwischen dem sozialen und politischen Moment und dem audiovisuellen Schaffen zu enträtseln.

Ein Kompendium, das auf die Produktion von Produkten angewendet wird, mit einer zeitgenössischen Vision dessen, was derzeit im Fernsehpanorama in Bezug auf Formate und Genres sowie in Bezug auf den Konsum und das Publikum geschieht.

Dieser **Private Masterstudiengang in Theorie und Kritik des Audiovisuellen Produkts** 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



Beherrschen Sie die theoretischen und kritischen Aspekte des audiovisuellen Produkts und bringen Sie das aktuellste Wissen auf diesem Gebiet in Ihre Fortbildung ein"



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 stellt TECH sicher, dass das angestrebte Aktualisierungsziel erreicht wird. Ein multidisziplinärer Kader von vorbereiteten und erfahrenen Dozenten in verschiedenen Umgebungen, die das theoretische Wissen effizient entwickeln, aber vor allem das praktische Wissen aus ihrer eigenen Erfahrung in den Dienst des akademischen Kurses stellen: eine der besonderen Qualitäten dieser Spezialisierung.

Diese Beherrschung des Themas wird durch die Effektivität der methodischen Gestaltung 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 kann die Fachkraft mit einer Reihe komfortabler und vielseitiger Multimedia-Tools studieren, die ihr die nötige Handlungsfähigkeit für ihre Fortbildung verleihen.

Das Programm basiert auf problemorientiertem Lernen: ein Ansatz, der Lernen als einen eminent praktischen Prozess begreift. Um dies aus der Ferne zu erreichen, nutzen Sie die Telepraxis: Mit Hilfe eines innovativen Systems aus interaktiven Videos und dem *Learning from an Expert* können Sie sich das Wissen so aneignen, als ob Sie sich in dem Moment in der Situation befänden, in der Sie lernen. Ein Konzept, das es Ihnen ermöglicht, das Gelernte auf realistischere und dauerhaftere Weise zu integrieren und zu fixieren.

Eine Analyse der verschiedenen Bereiche, in denen die Nachricht im audiovisuellen Umfeld produziert wird.

Ein praktischer und realistischer Kurs, der es Ihnen ermöglicht, schrittweise und sicher voranzukommen.



02 Ziele

Die in den einzelnen Vorbereitungsprogrammen vorgeschlagenen Ziele sind darauf ausgerichtet, die Entwicklung der Studenten nicht nur im akademischen Bereich, in dem höchste Qualitätsstandards gelten, sondern auch im persönlichen Bereich zu fördern. Zu diesem Zweck bieten wir Ihnen eine anregende und flexible Weiterbildung an, die es Ihnen ermöglicht, Ihre Ziele effektiv zu verwirklichen.



“

Lernen Sie auf effiziente und anregende Weise und erreichen Sie Ihre beruflichen Ziele mit der Qualität eines hochwirksamen Vorbereitungsprogramms"

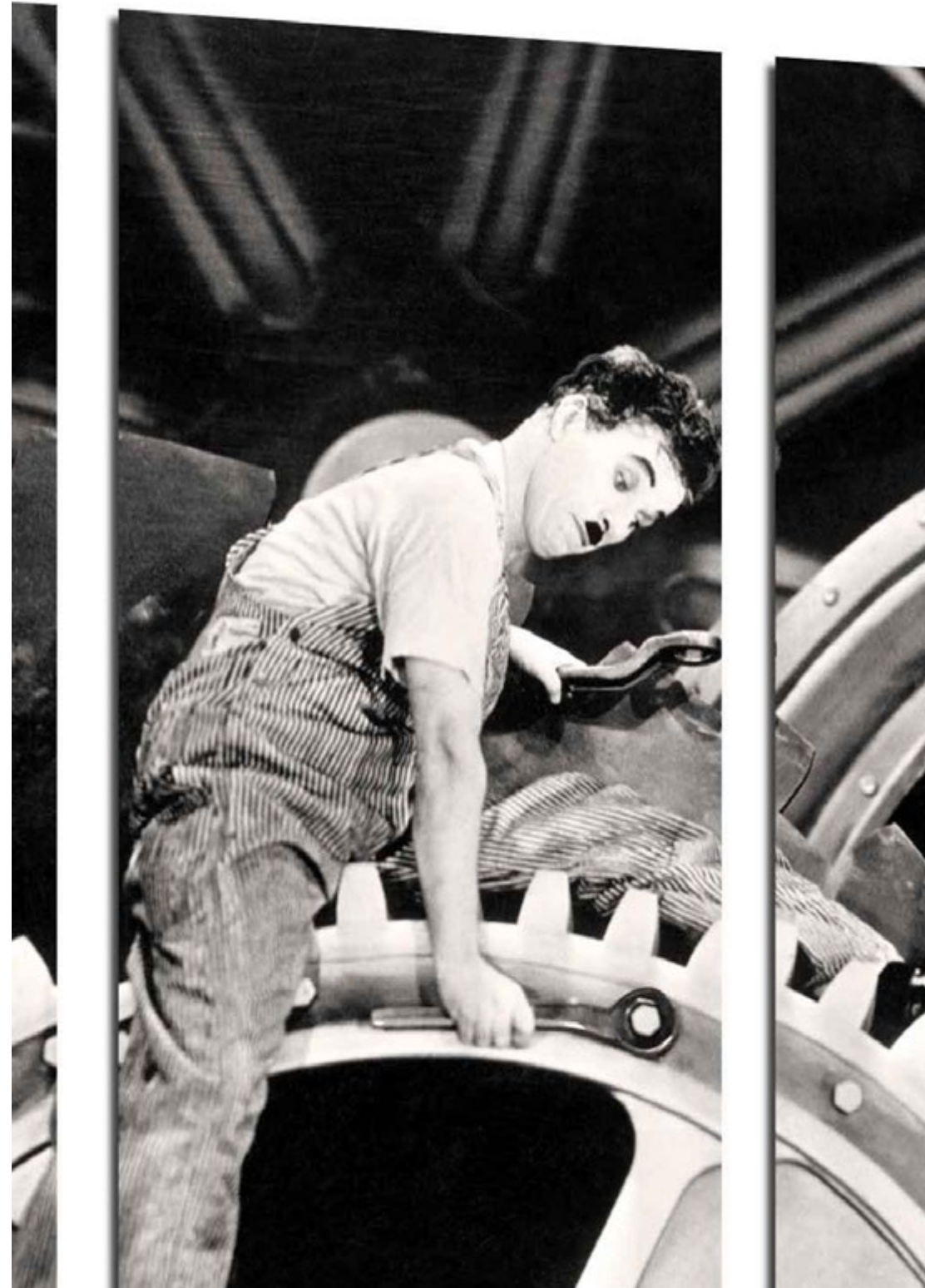


Allgemeine Ziele

- Vertiefung in den Bereich des Journalismus, genauer gesagt in den Bereich der Theorie und Kritik des audiovisuellen Produkts
- Die Funktionen dieses Bereichs in einem spezialisierten und professionellen Umfeld ausüben zu können



Wir fördern Ihre berufliche Entwicklung mit diesem Privaten Masterstudiengang in Theorie und Kritik des Audiovisuellen Produkts"





Spezifische Ziele

Modul 1. Visuelle Kommunikation

- ♦ Die wichtigsten Vorstellungen über das Bild kennen
- ♦ Die Prozesse der Wahrnehmung des visuellen Bildes identifizieren
- ♦ Auf die grundlegenden Elemente der Grammatik des Bildes hinweisen
- ♦ Analyse der Rolle des visuellen Bildes in der heutigen Gesellschaft
- ♦ Bilder isoliert und kontextuell oder sequentiell analysieren
- ♦ Die Prozesse der Gestaltung und Produktion von visuellen Botschaften mit der Praxis des Journalismus und des Designs in Beziehung setzen

Modul 2. Analyse des audiovisuellen Bildes

- ♦ Die Grundlagen des Wesens und der Funktionsweise des bewegten Bildes lernen
- ♦ Verstehen der Prinzipien des audiovisuellen Diskurses (Kino und Fernsehen)
- ♦ Die Fähigkeit zu entwickeln, die Mechanismen zu interpretieren und zu analysieren, die die Produktion von Bedeutung im bewegten Bild bestimmen
- ♦ Die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Stil des bewegten Bildes erkennen
- ♦ Erwerb elementarer Fähigkeiten zur Analyse der formalen und narrativen Konstruktion audiovisueller Erzählungen
- ♦ Entwicklung einer kritischen und kreativen Fähigkeit in Bezug auf den audiovisuellen Diskurs und seine Entwicklung im Kontext der zeitgenössischen audiovisuellen Kultur

Modul 3. Kulturjournalismus

- ♦ Über die transversalen und spezifischen Kompetenzen verfügen, die notwendig sind, um sich der Realität des Kulturjournalismus in verschiedenen Bereichen erfolgreich zu stellen
- ♦ Gründliche Kenntnisse der digitalen Kommunikation und des Kulturjournalismus
- ♦ Wissen, wie man Geschichten identifiziert, erstellt und entwickelt, mit den verschiedenen Punkten, die sie umfassen, gekennzeichnet durch Strenge und persönliches Branding
- ♦ Die wesentlichen Richtlinien für die Durchführung von Dokumentationen im Kulturjournalismus kennen und entwickeln
- ♦ Die neuen Themen von Journalismus, Kultur und Web 3.0 kennen, verstehen und identifizieren
- ♦ Die Nutzung von sozialen Netzwerken im Kulturjournalismus und in journalistischen Genres kennen
- ♦ Wissen, wie man Informationen über soziale Netzwerke nutzt und einen Kommunikationsplan entwickelt
- ♦ Entwicklung spezifischer Inhalte innerhalb des Kulturjournalismus in Bezug auf die Positionierung

Modul 4. Zeitgenössische Kunstbewegungen

- ♦ Die grundlegenden Prinzipien zu lernen, die die Welt der zeitgenössischen Kunst bestimmen
- ♦ Die wichtigsten Trends in der modernen und zeitgenössischen Kunst kennen
- ♦ Die Bedeutung der Analyse von Kunst in ihrem historischen, sozialen, kulturellen und ideologischen Kontext erkennen
- ♦ Künstlerische Sensibilität und kritisches und ästhetisches Urteilsvermögen entwickeln
- ♦ Die enge Beziehung zwischen Kunst und dem Bereich der audiovisuellen Kommunikation untersuchen

Modul 5. Struktur des audiovisuellen Systems

- ♦ Kenntnis der Grundlagen der Funktionsweise des audiovisuellen Systems (Festlegung der grundlegenden Inhalte, Kenntnis der Autoren/Texte, die in jedem Fach bearbeitet werden)
- ♦ Erwerb der Fähigkeit zur theoretischen und kritischen Analyse der organisatorischen Strukturen der audiovisuellen Kommunikation (Verständnis der wichtigsten Ideen, zusammenhängende Konzepte und Elemente)
- ♦ Erforschung der historischen, wirtschaftlich-politischen, sozialen und technologischen Rahmenbedingungen, unter denen audiovisuelle Inhalte produziert, vertrieben und konsumiert werden
- ♦ Das Wesen und die Wechselbeziehungen zwischen den Subjekten der audiovisuellen Kommunikation kennen lernen: Autoren, Institutionen, Unternehmen, Medien, Träger und Empfänger
- ♦ Aktuelle Probleme und Debatten über das audiovisuelle System erkennen

Modul 6. Amerikanisches und europäisches Kino

- ♦ Die Entwicklung und Evolution der wichtigsten audiovisuellen Medien (Kino und Fernsehen) im Laufe der Geschichte kennenlernen
- ♦ Die historischen Schlüssel zu audiovisuellen Prozessen und ihre Bedeutung für das Verständnis des zeitgenössischen Panoramas erlernen
- ♦ Unterscheidung der Zugehörigkeiten und Verwandtschaften in der großen audiovisuellen Familie nach ihrem historischen, sozialen und kulturellen Kontext
- ♦ Die Fähigkeit, audiovisuelle Produkte aus einer ganzheitlichen Perspektive zu analysieren und zu interpretieren, unter Berücksichtigung ihrer sozio-historischen Dimension
- ♦ Ein umfassendes Wissen über das nordamerikanische Kino in seinen Anfangsjahren haben
- ♦ Die verschiedenen historischen Perioden, Genres, Bewegungen, Stile und Hauptautoren des amerikanischen Kinos zu identifizieren
- ♦ Die grundlegenden Ansätze der Filmgenre-Theorie sowie die Geschichte und Probleme der wichtigsten Filmgenres in Hollywood kennen
- ♦ Die Traditionen, Themen und Probleme des europäischen Kinos kennen
- ♦ Das zeitgenössische amerikanische Kino analysieren und interpretieren

Modul 7. Kino in Hispanoamerika, Asien und Afrika

- ♦ Die Geschichte und die aktuellen Probleme des lateinamerikanischen Kinos kennen
- ♦ Die verschiedenen historischen Perioden, Bewegungen, Stile und Hauptautoren des hispanoamerikanischen Kinos identifizieren
- ♦ Das zeitgenössische hispanoamerikanische Kino kontextualisieren, analysieren und interpretieren, unter Berücksichtigung seiner wachsenden transnationalen Dimensionen
- ♦ Die Geschichte und die aktuellen Probleme des Kinos im Osten, in Afrika und Indien kennen
- ♦ Die verschiedenen geopolitischen und die entsprechenden historischen Perioden, Bewegungen und Stile zu unterscheiden
- ♦ Kontextualisierung, Analyse und Interpretation des oben genannten Kinos im Hinblick auf seine zunehmende transnationale Dimension

Modul 8. Kulturindustrien und neue Geschäftsmodelle in der Kommunikation

- ♦ Untersuchung der Veränderungen, die in der Kulturindustrie bei der Bereitstellung und Nutzung digitaler Netze in ihren wirtschaftlichen, politischen und soziokulturellen Aspekten stattgefunden haben
- ♦ Eingehende Untersuchung der Herausforderungen, die das digitale Umfeld für die Geschäftsmodelle von journalistischen Unternehmen und anderen traditionellen Kulturindustrien mit sich bringt
- ♦ Analyse und Konzeption innovativer Strategien, die zur Verbesserung von Management- und Entscheidungsprozessen sowie zur Entwicklung von Informationsprodukten im Einklang mit den Bedürfnissen von Publikum und Werbetreibenden beitragen
- ♦ Die Veränderungen in den Prozessen der Organisation und des Managements von strategischen, menschlichen, materiellen und technischen Ressourcen neuer Unternehmen im digitalen Umfeld verstehen

Modul 9. Genres, Formate und Fernsehprogramme

- ♦ Kenntnis des Konzepts des Genres in Bezug auf die Produktion von Fiktion und Fernsehunterhaltung
- ♦ Die verschiedenen Genres der Spielfilmproduktion und der Fernsehunterhaltung und ihre Entwicklung im Laufe der Zeit unterscheiden und interpretieren
- ♦ Die Fähigkeit zur kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Analyse von Fernsehgenres als strukturierendes Element der Praktiken der audiovisuellen Produktion und des Konsums
- ♦ Die Modifikationen und Hybridisierungen kennen, die in den Fernsehgenres im Kontext des zeitgenössischen Fernsehens auftreten
- ♦ Die verschiedenen Formate im Kontext des aktuellen Fernsehpanoramas erkennen
- ♦ Die Schlüssel eines Formats, seine Struktur, Funktionsweise und Einflussfaktoren identifizieren
- ♦ Wissen, wie man ein Fernsehformat aus professioneller, ästhetischer und kultureller Sicht interpretiert, analysiert und kommentiert
- ♦ Die theoretischen Grundlagen und den beruflichen, sozialen und kulturellen Kontext der Fernsehprogrammierung kennen, mit besonderem Augenmerk auf die Fernsehprogrammierung im spanischen Fernsehmodell
- ♦ Kenntnis der wichtigsten Techniken und Prozesse der Programmierung im allgemeinen Fernsehen
- ♦ Die Prozesse des Fernsehangebots, seine Entwicklung und aktuelle Realität in Bezug auf das Phänomen der Rezeption und die sozialen und kulturellen Kontexte, in denen es produziert wird, zu verstehen und kritisch zu analysieren

Modul 10. Kino, Fernsehen und die heutige Gesellschaft

- ♦ Die wichtigsten Trends bei den zeitgenössischen Darstellungsmodellen in Fernsehen und Film erkennen
- ♦ Entwicklung eines kritischen Denkens bei der Auseinandersetzung mit den Prozessen der Erstellung und Analyse der verschiedenen Darstellungsformen in den audiovisuellen Medien
- ♦ Soziokulturelle Prozesse und ihre Auswirkungen auf die Darstellungsweise in audiovisuellen Medien unterscheiden und untersuchen
- ♦ Die Fähigkeit entwickeln, zeitgenössische Filmproduktionen aus einer sozialen, kulturellen und ästhetischen Perspektive zu verstehen und kritisch zu analysieren
- ♦ Erlernen der theoretischen und methodologischen Grundlagen für die Analyse von Film und Fernsehen als Generatoren sozialer Repräsentation und der Produktion von Bedeutungen
- ♦ Erwerb der Fähigkeit, die Veränderungen, die im zeitgenössischen Film und Fernsehen auftreten, in ihrem sozialen Kontext und ihrer kulturellen Dimension zu erkennen und kritisch zu analysieren



Wir fördern Ihre berufliche Entwicklung mit diesem Privaten Masterstudiengang in Theorie und Kritik des Audiovisuellen Produkts"

03

Kompetenzen

Der grundlegende Unterschied, den das Programm für die Studenten mit sich bringt, ist das Engagement für den tatsächlichen Erwerb von Kompetenzen und Fähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, auf der Karriereleiter zu höheren Qualitätsstufen aufzusteigen. Ein Kriterium der Exzellenz, das Sie in jedem Teil des Programms und in jedem Aspekt dieser Spezialisierung finden werden.



“

*Mit diesem privaten Masterstudiengang
erwerben Sie das umfangreichste Wissen
über die Geschichte und Gegenwart
der audiovisuellen Kommunikation auf
internationaler Ebene"*



Allgemeine Kompetenz

- Durchführung einer vollständigen und dokumentierten Analyse des aktuellen audiovisuellen Produkts mit Verweisen auf seine historische Entwicklung im internationalen Umfeld

“

Schreiben Sie sich in den besten Privaten Masterstudiengang in Theorie und Kritik des Audiovisuellen Produkts ein, den es derzeit an den Universitäten gibt"





Spezifische Kompetenzen

- ♦ Beschreiben Sie die Grammatik des Bildes und seine Wahrnehmungsprozesse
- ♦ Bilder in Bezug zu ihrem Kontext setzen
- ♦ Bilder für journalistische Zwecke verwenden und analysieren
- ♦ Audiovisuellen Diskurs erkennen
- ♦ Wissen, was audiovisuelle Stile sind
- ♦ Die Grundsätze des audiovisuellen Diskurses beschreiben
- ♦ Kulturjournalismus beschreiben
- ♦ Wissen, wie man sich effektiv im 3.0-Netzwerk bewegt
- ♦ Wie man soziale Netzwerke in einem journalistischen Umfeld nutzt
- ♦ Die Prinzipien der zeitgenössischen Kunst, ihre Tendenzen und ihre Verbindung zum historischen Moment zu erklären
- ♦ Über ein ästhetisches Urteilsvermögen verfügen
- ♦ Die Beziehung zwischen Kunst und dem audiovisuellen Produkt bestimmen
- ♦ Die Organisationsstrukturen der audiovisuellen Kommunikation kennen und anwenden
- ♦ Wissen, wie man sich an die Konsumformen des jeweiligen Augenblicks anpassen kann
- ♦ Den Beziehungscode der verschiedenen Akteure der audiovisuellen Kommunikation kennen
- ♦ Eine kontextbezogene Vision haben
- ♦ Die historischen und evolutionären Momente des audiovisuellen Mediums in seinen verschiedenen Ausprägungen kennen
- ♦ Die historischen, sozialen und kulturellen Schlüssel dieser erkennen
- ♦ Umfassende Kenntnisse über die Situation des spanisch-amerikanischen Kinos, historisch und aktuell
- ♦ Umfassende Kenntnisse über die Situation des Kinos im Osten, in Afrika und in Indien, historisch und aktuell
- ♦ Die Möglichkeit, sie aus einem transnationalen Blickwinkel heraus zu kontextualisieren
- ♦ Anpassung an Veränderungen bei Angebot und Verbrauch
- ♦ Die Herausforderungen der digitalen Landschaft erkennen
- ♦ Innovative Managementstrategien entwerfen
- ♦ Alle Genres der audiovisuellen Produktion erkennen
- ♦ Die Beziehung zwischen Genres und sozialer Dynamik erklären
- ♦ Den aktuellen Stand des Fernsehkonsums kennen
- ♦ Die unterschiedlichen kommunikativen Schlüssel der verschiedenen Formate in Bezug auf kulturelle Kontexte erkennen
- ♦ Wissen, welche gesellschaftlichen Trends derzeit im Fernsehen und Kino vertreten sind
- ♦ Einflüsse erkennen und eine kritische Analyse von Filmproduktionen in Bezug auf das jeweilige und globale Umfeld auf allen Ebenen der Interaktion erstellen

04

Struktur und Inhalt

Der Studienplan des Programms ist so gestaltet, dass er alle notwendigen Kenntnisse vermittelt, um die Arbeitsweisen in diesem Bereich zu verstehen und zu übernehmen. Mit einem Ansatz, der sich auf die praktische Anwendung konzentriert und es Ihnen ermöglicht, vom ersten Moment der Fortbildung an als Fachkraft zu wachsen.



“

Ein umfassender Lehrplan, der sich auf die Aneignung von Wissen und dessen Umwandlung in reale Fähigkeiten konzentriert, soll Sie zu Spitzenleistungen anspornen"

Modul 1. Visuelle Kommunikation

- 1.1. Visuelle Kommunikation
 - 1.1.1. Einleitung
 - 1.1.2. Visuelle Kommunikation und visuelle Kompetenz
 - 1.1.2.1. Erlernen der visuellen Kultur
 - 1.1.2.2. Natürliche Sprache oder willkürliche Sprache
 - 1.1.3. Qualitäten der visuellen Kommunikation
 - 1.1.3.1. Unmittelbarkeit
 - 1.1.3.2. Grundregeln der bibliographischen Auswahl, Überprüfung, Zitierung und Referenzierung
 - 1.1.3.3. Grad der Komplexität der Nachricht
 - 1.1.4. Definition der visuellen Kommunikation
- 1.2. Grafisches Design
 - 1.2.1. Einleitung
 - 1.2.2. Design
 - 1.2.3. Grafisches Design
 - 1.2.3.1. Grafik
 - 1.2.3.2. Design und Kunst
 - 1.2.4. Grafikdesign und Kommunikation
 - 1.2.5. Anwendungsbereiche des Grafikdesigns
- 1.3. Hintergrund und Entwicklung der visuellen Kommunikation
 - 1.3.1. Einleitung
 - 1.3.2. Das Problem der Herkunft
 - 1.3.3. Vorgeschichte
 - 1.3.4. Das Altertum
 - 1.3.4.1. Griechenland
 - 1.3.4.2. Rom
 - 1.3.5. Das Mittelalter
 - 1.3.6. Die Renaissance: der Aufstieg des Buchdrucks in Europa
 - 1.3.7. Das 16. bis 18. Jahrhundert
 - 1.3.9. Das 19. Jahrhundert und die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts
- 1.4. Die Bedeutung von visuellen Botschaften
 - 1.4.1. Einleitung
 - 1.4.2. Das Bild, das bedeutungsvolle Objekt
 - 1.4.3. Die Darstellungsqualität des Bildes: Ikonizität
 - 1.4.3.1. Typ, *Pattern* und *Form*
 - 1.4.4. Die plastische Qualität des Bildes
 - 1.4.4.1. Das Plastikschild
 - 1.4.5. Die symbolische Qualität
 - 1.4.6. Andere visuelle Codes
- 1.5. Überredung
 - 1.5.1. Einleitung
 - 1.5.2. Überredung in der Werbung
 - 1.5.3. Eigenschaften
- 1.6. Elemente, die sich auf die Darstellung des Bildes beziehen
 - 1.6.1. Einleitung
 - 1.6.2. Elemente, die sich auf die Darstellung des Bildes beziehen
 - 1.6.3. Die Artikulation der Bilddarstellung
 - 1.6.3.1. Das Konzept der Repräsentation
 - 1.6.3.2. Die Artikulation der Repräsentation
 - 1.6.3.3. Plastische Bedeutung
 - 1.6.4. Morphologische Elemente des Bildes
 - 1.6.5. Skalare Elemente des Bildes
 - 1.6.5.1. Größe
 - 1.6.5.2. Skala
 - 1.6.5.3. Die Proportion
 - 1.6.5.4. Das Format
- 1.7. Komposition
 - 1.7.1. Einleitung
 - 1.7.2. Komposition oder visuelle Syntax
 - 1.7.3. Die Balance
 - 1.7.4. Dynamische Elemente der Darstellung
 - 1.7.5. Normative Zusammensetzung



- 1.8. Farbe und Licht
 - 1.8.1. Einleitung
 - 1.8.2. Licht, Farbe und Wahrnehmung
 - 1.8.2.1. Licht und das sichtbare Farbspektrum
 - 1.8.2.2. Die Wahrnehmung von Licht und Farben
 - 1.8.2.3. Die Anpassungsfähigkeit des Wahrnehmungssystems
 - 1.8.2.4. Die Farbtemperatur einer Lichtquelle
 - 1.8.3. Die Primärfarben
 - 1.8.4. Grundlegende Techniken der Farbproduktion
 - 1.8.5. Abmessungen der Farbe
 - 1.8.6. Arten von Harmonie und Palettenbau
 - 1.8.7. Plastische Funktionen der Farbe
- 1.9. Typografie
 - 1.9.1. Einleitung
 - 1.9.2. Formale Struktur und Messung des Typs
 - 1.9.3. Klassifizierung von Schriftarten
 - 1.9.4. Textgestaltung
 - 1.9.5. Probleme mit der Lesbarkeit
- 1.10. Redaktionelles Design und Infografiken
 - 1.10.1. Einleitung
 - 1.10.2. Redaktionelles Design
 - 1.10.3. Infografik
 - 1.10.4. Journalistische Designfunktionen
 - 1.10.5. Abschließende Bemerkung zum Begriff des journalistischen Designs
 - 1.10.6. Willkürlichkeit oder Natürlichkeit der journalistischen Gestaltung
 - 1.10.7. Artikulation der visuellen Sprache des journalistischen Designs

Modul 2. Analyse des audiovisuellen Bildes

- 2.1. Theoretische Grundlagen und Methodik der Analyse
 - 2.1.1. Die Unterschiede zwischen Filmkritik und Filmanalyse: die wissenschaftliche Methode
 - 2.1.2. Kriterien für die Filmkritik
- 2.2. Filmanalyse: Instrumente und Methoden I
 - 2.2.1. Der Vorschlag von Jaques und Michel Marie Aumont
 - 2.2.2. Der Vorschlag von Francesco Casetti und Federico di Chio
- 2.3. Filmanalyse: Instrumente und Methoden II
 - 2.3.1. Filmanalyse nach David Bordwell
- 2.4. Der historische Ansatz der Filmanalyse
 - 2.4.1. Traditionelle Ansätze
 - 2.4.2. Der Vorschlag von Robert Allen und David Gomery
- 2.5. Die Analyse des kinematografischen Bildes
 - 2.5.1. Die räumliche Realitätsnähe und die Planung für dramatische und psychologische Zwecke des klassischen Modells
 - 2.5.2. Die Prozesse der Identifizierung
 - 2.5.3. Der ästhetische Ansatz
- 2.6. Kultureller Ansatz für die Analyse des filmischen Bildes
 - 2.6.1. Filmanalyse und Populärkultur
 - 2.6.2. Kulturelle Ansätze in der Filmanalyse
- 2.7. Die Analyse des Fernsehbildes
 - 2.7.1. Wichtigste Forschungsmethoden und Techniken für die Analyse des Fernsehens
 - 2.7.2. Fallstudien
- 2.8. Der historische Ansatz der Fernsehanalyse
 - 2.8.1. Fernsehanalyse aus historischer Perspektive
 - 2.8.2. Fallstudien
- 2.9. Analyse von audiovisuellen Nachrichtensendungen
 - 2.9.1. Analyse von audiovisuellen Nachrichtenprodukten
 - 2.9.2. Fallstudien
- 2.10. Analyse des Werbeimages
 - 2.10.1. Analyse von überzeugenden audiovisuellen Produkten
 - 2.10.2. Analyse des Videoclips

Modul 3. Kulturjournalismus

- 3.1. Konzept und Abgrenzungen des Kulturjournalismus
 - 3.1.1. Einleitung: Der Begriff der Kultur
 - 3.1.2. Die kulturelle Berichterstattung der Kunst
 - 3.1.3. Kulturelle Informationen über die darstellenden Künste
 - 3.1.4. Kulturelle Informationen über das Kino
 - 3.1.5. Kulturelle Informationen über Musik
 - 3.1.6. Kulturelle Informationen über Bücher
- 3.2. Die Ursprünge des Kulturjournalismus
 - 3.2.1. Einleitung
 - 3.2.2. Die Ursprünge der kulturellen Information in der Presse
 - 3.2.3. Die Ursprünge der kulturellen Information im Radio
 - 3.2.4. Die Ursprünge der kulturellen Information im Fernsehen
- 3.3. Die Praxis des Kulturjournalismus
 - 3.3.1. Einleitung
 - 3.3.2. Allgemeine Überlegungen
 - 3.3.3. Interessante Faktoren und Bewertungskriterien für die Ausarbeitung von kulturellen Informationen
- 3.4. Die Quellen des Kulturjournalismus
 - 3.4.1. Einleitung
 - 3.4.2. Allgemeine Quellen für kulturelle Informationen
 - 3.4.3. Spezifische Quellen für audiovisuelle Informationen über Kultur
- 3.5. Genres in kulturellen Informationen
 - 3.5.1. Einleitung
 - 3.5.2. Nachrichten
 - 3.5.3. Vorstellungsgespräch
 - 3.5.4. Chronisch
 - 3.5.5. Reportage
- 3.6. Die aktuelle Diversifizierung der kulturellen Informationen in Presse, Radio und Fernsehen
 - 3.6.1. Einleitung
 - 3.6.2. Kulturelle Informationen in der Presse
 - 3.6.3. Kulturelle Informationen im Radio
 - 3.6.4. Kulturelle Informationen im Fernsehen

- 3.7. Kultur und das Internet
 - 3.7.1. Einleitung
 - 3.7.2. Kultur und das Internet
 - 3.7.3. Vorteile der Kultur
 - 3.8. Kulturelles Marketing
 - 3.8.1. Einleitung
 - 3.8.2. Kulturelles Marketing
 - 3.8.3. Wie wird das kulturelle Marketing realisiert?
 - 3.9. Analyse der Kultur
 - 3.9.1. Einleitung
 - 3.9.2. Theoretischer und methodischer Ansatz zur Kultur
 - 3.9.3. Kultur, Kommunikation und Bedeutung
 - 3.9.4. Kultur und Imaginationen
 - 3.10. Cyberkultur und digitaler Journalismus für kulturelle Inhalte
 - 3.10.1. Einleitung
 - 3.10.2. Definition von Cyberkultur
 - 3.10.3. Digitaler Journalismus für kulturelle Inhalte
 - 3.10.4. Wichtige Aspekte des digitalen Journalismus für kulturelle Inhalte
- Modul 4. Zeitgenössische Kunstbewegungen**
- 4.1. Einleitung
 - 4.1.1. Die Suche der Moderne in der zeitgenössischen Architektur
 - 4.1.2. Westliche Architektur von der Mitte des neunzehnten Jahrhunderts bis zum Ersten Weltkrieg
 - 4.2. Die Moderne Bewegung in der Architektur
 - 4.2.1. Rationalismus, Funktionalismus und die Avantgarde. Moderne Bewegung und internationaler Stil
 - 4.2.2. Die Utopien des Futurismus, Expressionismus und russischen Konstruktivismus
 - 4.2.3. Architektur und Totalitarismus
 - 4.3. Architektur nach dem Zweiten Weltkrieg (1945-1965)
 - 4.3.1. Die Verbreitung des Internationalen Stils in den USA und der Wiederaufbau Europas nach dem Krieg
 - 4.3.2. Die Entwicklung der CIAMs und des Rationalistischen Urbanismus
 - 4.3.3. Organizismus
 - 4.3.4. Brutalismus und Struktureller Expressionismus
 - 4.4. Architektur der Dekonstruktion und des Recyclings (1965-)
 - 4.4.1. High-Tech
 - 4.4.2. Dekonstruktion in der Architektur
 - 4.4.3. Das Zeitalter der Streuung
 - 4.5. Impressionismus und die Ursprünge der modernen Kunst I
 - 4.5.1. Impressionismus: Die Farbe als Werkzeug für die Veränderung der Malerei
 - 4.5.2. Die historischen Avantgarden: Post-Impressionismus, Pointillismus, Neo-Impressionismus, Fauvismus
 - 4.6. Impressionismus und die Ursprünge der modernen Kunst II
 - 4.6.1. Der analytische Weg: Der Kubismus und die Umwandlung der Kunst vom Volumen der Dinge. Futurismus
 - 4.6.2. Der spirituelle Weg: Kandinsky, Malewitsch, Mondrian und die Abstraktion
 - 4.6.3. Der subjektive Weg: Expressionismus und Surrealismus
 - 4.7. Das neue Kunstsystem nach dem Zweiten Weltkrieg. Die Institutionalisierung der Avantgarde
 - 4.7.1. Der intellektuelle Weg: Duchamp, vom Dadaismus zur Konzeptkunst
 - 4.8. Pop Art: populärer Geschmack und Kistch Vs. "Hochkultur"
 - 4.8.1. Die ironische Art: Warhol und die Pop Art
 - 4.8.2. Einflüsse der Pop Art auf das Kino
 - 4.9. Minimale und konzeptionelle Kunst
 - 4.9.1. Auf dem Weg zur Entmaterialisierung des Kunstwerks: Minimal Art und konzeptionelle Kunst
 - 4.9.2. Aktionskunst: die Kritik am System. *Performance, Happening, Body Art, Land Art*
 - 4.10. Postmoderne. Die Rückkehr zur Malerei: Trans-Avantgarde und Neo-Expressionismus
 - 4.10.1. Die Rückkehr zur Malerei: Trans-Avantgarde und Neo-Expressionismus
 - 4.10.2. Kunst und Post-Strukturalismus
 - 4.10.3. Die kompromittierten Optionen

Modul 5. Struktur des audiovisuellen Systems

- 5.1. Eine Einführung in die Kulturwirtschaft (CI)
 - 5.1.1. Konzepte der Kultur. Kultur-Kommunikation
 - 5.1.2. Theorie und Entwicklung von CIs: Typologie und Modelle
- 5.2. Filmindustrie I
 - 5.2.1. Merkmale und Hauptakteure
 - 5.2.2. Aufbau des Filmsystems
- 5.3. Filmindustrie II
 - 5.3.1. Die US-Filmindustrie
 - 5.3.2. Unabhängige Produktionsfirmen
 - 5.3.3. Probleme und Debatten in der Filmindustrie
- 5.4. Filmindustrie III
 - 5.4.1. Filmregulierung: Staat und Kultur. Politiken zum Schutz und zur Förderung des Filmschaffens
 - 5.4.2. Fallstudie
- 5.5. Fernsehindustrie I
 - 5.5.1. Wirtschaftsfernsehen
 - 5.5.2. Gründungsmodelle
 - 5.5.3. Verwandlungen
- 5.6. Fernsehindustrie II
 - 5.6.1. Die amerikanische Fernsehindustrie
 - 5.6.2. Wichtigste Merkmale
 - 5.6.3. Staatliche Regulierung
- 5.7. Fernsehindustrie III
 - 5.7.1. Öffentlich-rechtliches Fernsehen in Europa
 - 5.7.2. Krisen und Debatten
- 5.8. Die Schlüsselemente der Veränderung
 - 5.8.1. Neue Prozesse im audiovisuellen Sektor
 - 5.8.2. Regulierungsdebatten
- 5.9. Digitales terrestrisches Fernsehen (DTT)
 - 5.9.1. Die Rolle des Staates und die Erfahrungen
 - 5.9.2. Die neuen Merkmale des Fernsehsystems
- 5.10. Neue Akteure in der audiovisuellen Landschaft
 - 5.10.1. Plattformen für *Over The Top* (OTT)-Dienste
 - 5.10.2. Die Folgen ihres Auftauchens

Modul 6. Amerikanisches und europäisches Kino

- 6.1. Die Ursprünge des Kinos. Erste Bewegungen im Film
 - 6.1.1. Die Gruppe der Pioniere
 - 6.1.2. Das Kino von Georges Mélié
 - 6.1.3. Die Brighton Schule
 - 6.1.4. Film d'Art
 - 6.1.5. Kolossal-Bewegung
- 6.2. Die Artikulation der Filmsprache. Die Pracht des Stummfilms
 - 6.2.1. Auf dem Weg zu einer kinematografischen Sprache: David W. Griffith
 - 6.2.2. Deutsches expressionistisches Kino
 - 6.2.3. Sowjetisches revolutionäres Kino
- 6.3. Klassisches Hollywood-Kino I
 - 6.3.1. Das Studio-System
 - 6.3.2. Die Hollywood-Stars
 - 6.3.3. Hollywood: Genre-Fabrik
 - 6.3.4. Die Theorie der Filmgenres
- 6.4. Klassisches Hollywood-Kino II
 - 6.4.1. Die Genres des klassischen amerikanischen Kinos: Drama, Komödie, Film Noir
- 6.5. Klassisches Hollywood-Kino III
 - 6.5.1. Genres im klassischen amerikanischen Kino: Thriller, Western, Kriegsfilme, Musicals
 - 6.5.2. Die Entwicklung der Genres
- 6.6. Das europäische Kino nach dem Zweiten Weltkrieg
 - 6.6.1. Die Krise des klassischen Modells: historischer Kontext. Neorealismus
 - 6.6.2. Die neuen Kinos: *Nouvelle vague*
 - 6.6.3. Die neuen Kinos: Free Cinema
- 6.7. Klassische und moderne Avantgarde
 - 6.7.1. Experimentelles Kino
 - 6.7.2. Expressionismus, Dadaismus, Surrealismus
 - 6.7.3. Fallstudien
- 6.8. Das Überleben und der Niedergang der Klassiker. Das neue Hollywood
 - 6.8.1. Europäische Beiträge zum amerikanischen Kino
 - 6.8.2. Autoren und Filme

- 6.9. Andere Kinos der zeitgenössischen Ära
 - 6.9.1. Britisches soziales Kino
 - 6.9.2. Dogma-Bewegung
 - 6.9.3. Autorenkino
- 6.10. Technologie und Ästhetik: Kino im audiovisuellen Zeitalter
 - 6.10.1. Das Aufkommen des digitalen Kinos
 - 6.10.2. Fallstudie

Modul 7. Kino in Hispanoamerika, Asien und Afrika

- 7.1. Theoretischer und methodischer Ansatz
 - 7.1.1. Theoretische Debatten über Terminologie und geopolitische Kategorien
 - 7.1.2. Das Studium des peripheren Kinos
 - 7.1.3. Das Studium des lateinamerikanischen Kinos
- 7.2. Geschichte des lateinamerikanischen Kinos
 - 7.2.1. Argentinien
 - 7.2.2. Mexiko
 - 7.2.3. Andere Kinematografien
- 7.3. Schlüssel zum zeitgenössischen hispanoamerikanischen Kino I
 - 7.3.1. Argentinien
 - 7.3.2. Mexiko
- 7.4. Schlüssel zum zeitgenössischen hispanoamerikanischen Kino II
 - 7.4.1. Brasilien
 - 7.4.2. Uruguay
 - 7.4.3. Chile
 - 7.4.4. Kolumbien
- 7.5. Transnationales Kino in Hispanoamerika
 - 7.5.1. (Trans)nationales Kino in Lateinamerika
 - 7.5.2. Film-Koproduktionen
- 7.6. Kino in Asien
 - 7.6.1. Kino in einem peripheren Kontext
 - 7.6.2. Die Geburt der Filmindustrie
 - 7.6.3. Die Entwicklung des Kinos in Asien

- 7.7. Kino in Afrika
 - 7.7.1. Nigeria
 - 7.7.2. Marokko
 - 7.7.3. Andere Kinematografien
- 7.8. Kino in Indien
 - 7.8.1. Frühes Kino
 - 7.8.2. Unabhängiges indisches Kino
 - 7.8.3. Von Satyajit Ray zum neuen Kino
 - 7.8.4. Zeitgenössisches Kino: Bollywood
- 7.9. Transnationale Perspektiven. Diaspora-Kino
 - 7.9.1. Diaspora-Kino
 - 7.9.2. Andere Diaspora-Kinos und transnationale Perspektiven
- 7.10. Das Kino der Frauen in Lateinamerika, Asien, Afrika und Indien
 - 7.10.1. Einleitung
 - 7.10.2. Lateinamerika
 - 7.10.3. Asien, Nordafrika, Indien

Modul 8. Kulturindustrien und neue Geschäftsmodelle in der Kommunikation

- 8.1. Die Konzepte von Kultur, Wirtschaft, Kommunikation, Technologie, KI
 - 8.1.1. Kultur, Wirtschaft, Kommunikation
 - 8.1.2. Kulturwirtschaft
- 8.2. Technologie, Kommunikation und Kultur
 - 8.2.1. Kommerzialisierte Handwerkskultur
 - 8.2.2. Von der Live-Performance bis zur bildenden Kunst
 - 8.2.3. Museen und Kulturerbe
- 8.3. Die wichtigsten Sektoren der Kulturindustrien
 - 8.3.1. Publishing-Produkte
 - 8.3.2. Der Fluss der KIs
 - 8.3.3. Hybride Modelle
- 8.4. Das digitale Zeitalter in der Kulturwirtschaft
 - 8.4.1. Digitale Kulturwirtschaft
 - 8.4.2. Neue Modelle im digitalen Zeitalter

- 8.5. Digitale Medien und Medien im digitalen Zeitalter
 - 8.5.1. Das *Online*-Pressegeschäft
 - 8.5.2. Radio in der digitalen Umgebung
 - 8.5.3. Die Besonderheiten der Medien im digitalen Zeitalter
- 8.6. Globalisierung und Diversität in der Kultur
 - 8.6.1. Konzentration, Internationalisierung und Globalisierung der Kulturwirtschaft
 - 8.6.2. Der Kampf um kulturelle Vielfalt
- 8.7. Kulturpolitische Maßnahmen und Zusammenarbeit
 - 8.7.1. Kulturpolitische Maßnahmen
 - 8.7.2. Die Rolle der Bundesländer und Regionen der Staaten
- 8.8. Musikalische Vielfalt in der Cloud
 - 8.8.1. Der Musiksektor heute
 - 8.8.2. Die Wolke
 - 8.8.3. Lateinische/lateinamerikanische Initiativen
- 8.9. Diversität in der audiovisuellen Industrie
 - 8.9.1. Vom Pluralismus zur Vielfalt
 - 8.9.2. Diversität, Kultur und Kommunikation
 - 8.9.3. Schlussfolgerungen und Vorschläge
- 8.10. Audiovisuelle Vielfalt im Internet
 - 8.10.1. Das audiovisuelle System im Internetzeitalter
 - 8.10.2. Fernsehangebot und Vielfalt
 - 8.10.3. Schlussfolgerungen

Modul 9. Genres, Formate und Fernsehprogramme

- 9.1. Genre im Fernsehen
 - 9.1.1. Einleitung
 - 9.1.2. Fernsehgenres
- 9.2. Fernsehformat
 - 9.2.1. Annäherung an das Konzept des Formats
 - 9.2.2. Fernsehformate
- 9.3. Fernsehen schaffen
 - 9.3.1. Der kreative Prozess in der Unterhaltung
 - 9.3.2. Der kreative Prozess in der Belletristik
- 9.4. Entwicklung der Formate auf dem aktuellen internationalen Markt I
 - 9.4.1. Konsolidierung der Formate
 - 9.4.2. Das Reality-TV-Format
 - 9.4.3. Was gibt es Neues im *Reality-TV*
 - 9.4.4. Digitales terrestrisches Fernsehen und die Finanzkrise
- 9.5. Entwicklung der Formate auf dem aktuellen internationalen Markt II
 - 9.5.1. Aufstrebende Märkte
 - 9.5.2. Globale Marken
 - 9.5.3. Das Fernsehen erfindet sich neu
 - 9.5.4. Das Zeitalter der Globalisierung
- 9.6. Das Format verkaufen. Das *Pitching*
 - 9.6.1. Ein Fernsehformat verkaufen
 - 9.6.2. Das *Pitching*
- 9.7. Einführung in das Fernsehprogramm
 - 9.7.1. Die Rolle der Programmierung
 - 9.7.2. Faktoren, die die Programmierung beeinflussen
- 9.8. Modelle für Fernsehprogramme
 - 9.8.1. Vereinigte Staaten und Vereinigtes Königreich

- 9.9. Die professionelle Praxis der Fernsehprogrammierung
 - 9.9.1. Die Programmierabteilung
 - 9.9.2. Programmierung für das Fernsehen
- 9.10. Publikumsforschung
 - 9.10.1. Publikumsforschung im Fernsehen
 - 9.10.2. Zuschauerkonzepte und Bewertungen

Modul 10. Kino, Fernsehen und die heutige Gesellschaft

- 10.1. Visualität und Blicke
 - 10.1.1. Lernen zu beobachten
 - 10.1.2. Visuelle Anthropologie
 - 10.1.3. Vision
- 10.2. Bilder der Differenz
 - 10.2.1. Die Konstruktion
 - 10.2.2. Repräsentation
 - 10.2.3. Bedeutung
- 10.3. Das Imaginäre
 - 10.3.1. Das Imaginäre
 - 10.3.2. Anthropologische Strukturen des Imaginären
 - 10.3.3. Die Konvention
- 10.4. Modi der Darstellung
 - 10.4.1. Einleitung
 - 10.4.2. Kino
 - 10.4.3. Fernsehen
- 10.5. Kommunikation und Populärkultur
 - 10.5.1. Kulturstudien
 - 10.5.2. Kritische Medientheorie
 - 10.5.3. Populäre Kultur
- 10.6. Repräsentation und Anderssein
 - 10.6.1. Einleitung
 - 10.6.2. Repräsentation und Andersartigkeit im westlichen Imaginären des Afrikanismus

- 10.7. Repräsentation und das "Star system"
 - 10.7.1. Das "Star System" als Kulturprodukt
 - 10.7.2. Fallstudie
- 10.8. Die Darstellung von Frauen in fiktiven Serien
 - 10.8.1. Einleitung
 - 10.8.2. Fallstudien
- 10.9. Die Darstellung von sozialer Kontrolle in fiktiven Serien
 - 10.9.1. Einleitung
 - 10.9.2. Fallstudien
- 10.10. Vertretung von Terrorismus in Kino und Fernsehen
 - 10.10.1. Vertretung von Terrorismus



Studieren Sie in Ihrem eigenen Tempo, mit der Flexibilität eines Programms, das Studium und andere Berufe auf bequeme und reale Weise verbindet"

05

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.



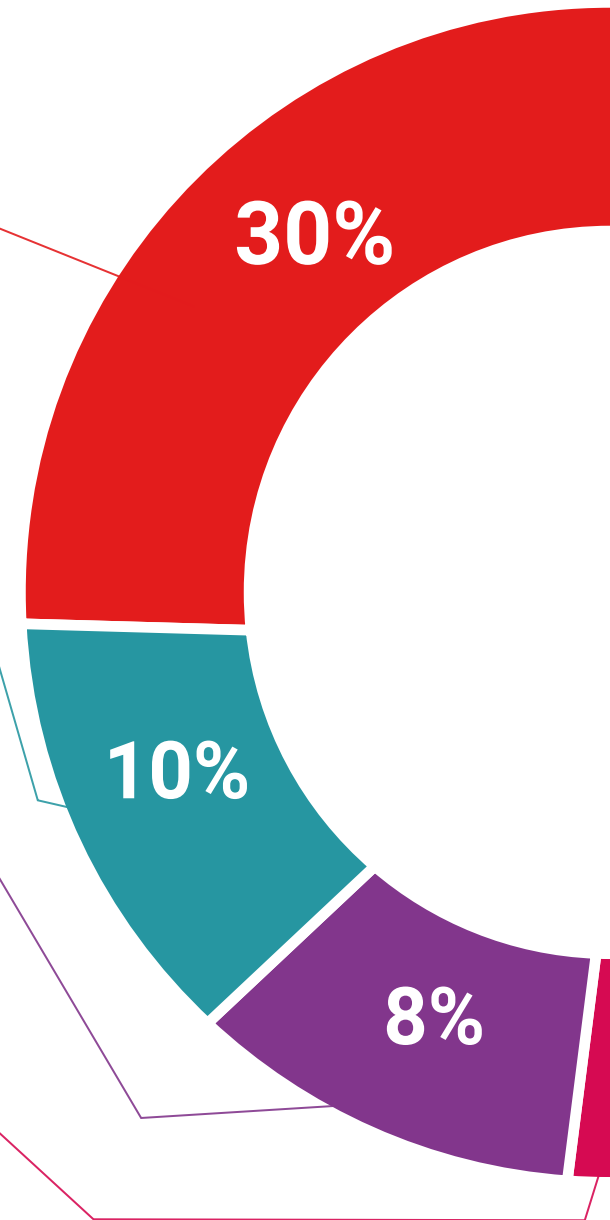
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

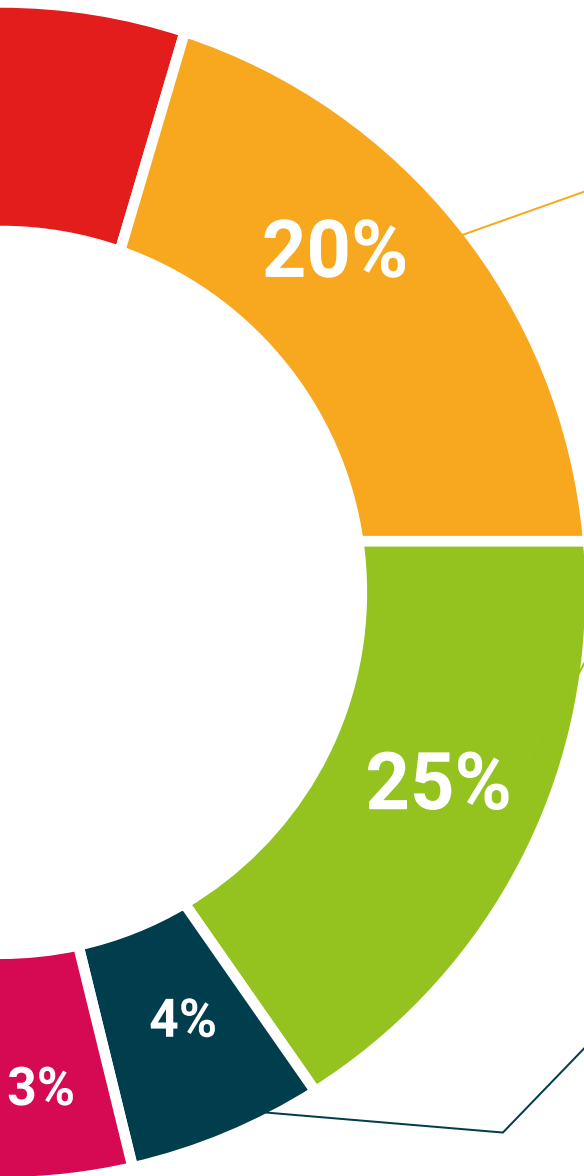
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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.



06

Qualifizierung

Der Privater Masterstudiengang in Theorie und Kritik des Audiovisuellen Produkts garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

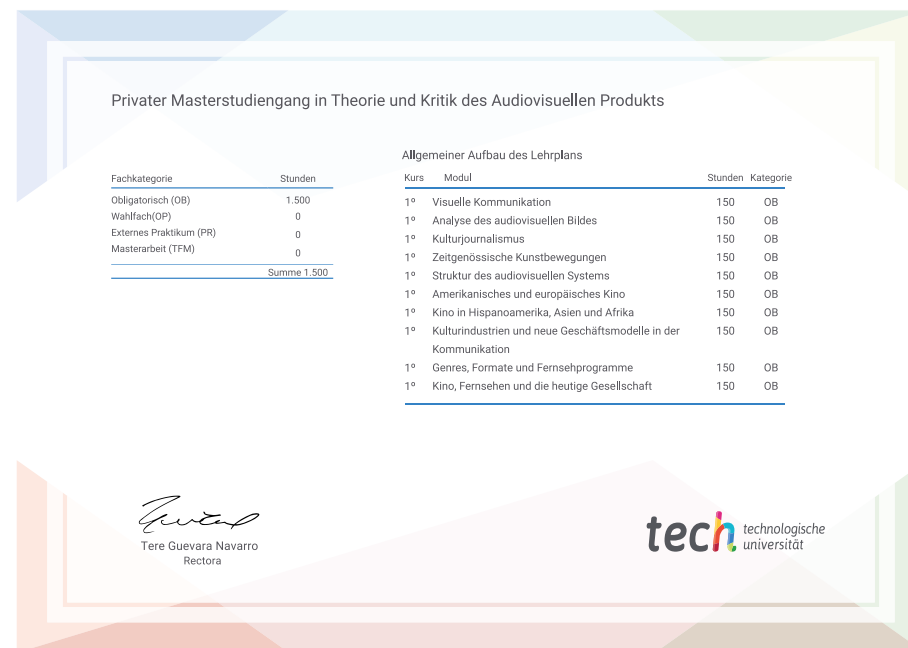
Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss ohne lästige Reisen oder Formalitäten"

Dieser **Privater Masterstudiengang in Theorie und Kritik des Audiovisuellen Produkts** 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 Theorie und Kritik des Audiovisuellen Produkts**
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 tutoeren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang
Theorie und Kritik des
Audiovisuellen Produkts

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

Privater Masterstudiengang

Theorie und Kritik des Audiovisuellen Produkts