

Universitätsexperte

Publikum und Empfang des
Audiovisuellen Produkts



Universitätsexperte

Publikum und Empfang des Audiovisuellen Produkts

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodik

Seite 18

05

Qualifizierung

Seite 26

01

Präsentation

Die Kenntnis des Publikums, seiner Entwicklungen und seiner sich wandelnden Identität in Bezug auf den audiovisuellen Konsum ist das Schlüsselement, um sicherzustellen, dass jedes Produkt in dieser Branche die gewünschte Wirkung auf das Publikum hat. Dieses Programm bietet dem Studenten die umfassendste Weiterbildung in diesem Thema und in den Bereichen, die mit dem Empfang audiovisueller Produkte zusammenhängen, in einer Spezialisierung von höchster Qualität; das Markenzeichen aller TECH-Programme.



“

Erfahren Sie, wie Sie die Konsumströme des audiovisuellen Publikums verstehen und erkennen können, und bringen Sie die Fähigkeit mit, erfolgreiche Produkte in diesem Sektor zu entwickeln"

Jedes audiovisuelle Produkt wird mit dem Ziel geboren, von einem Publikum konsumiert zu werden. Dies wird zur Herausforderung, die die gesamte Konstruktion des Projekts vorantreibt und bei jeder Gelegenheit dynamisch konfiguriert wird.

Diese Dynamik beruht auf den sich verändernden Konsumströmen, die die Öffentlichkeit im Laufe der Zeit zeigt und die den Geschmack der verschiedenen Sektoren bestimmen. Das audiovisuelle Produkt ist gezwungen, sich ständig an diese Szenarien anzupassen, um die gewünschten Ziele zu erreichen.

Im Rahmen dieser Spezialisierung werden wir analysieren, wie sich dieses Verhalten des Publikums und der Zuschauer gestaltet und welche Anpassungen der Spezialist in diesem Sektor vornehmen muss, um wettbewerbsfähige, qualitativ hochwertige Produkte zu schaffen.



Die unvermeidliche Diktatur des Publikums enthüllt alle Aspekte, die der audiovisuelle Profi kennen muss, um wettbewerbsfähig zu sein"

Dieser **Universitätsexperte in Publikum und Empfang 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 Telepraxis 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

“

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

Unser Dozententeam setzt sich aus berufstätigen Fachleuten zusammen. Auf diese Weise stellt TECH sicher, dass das von ihr angestrebte Ziel der Aktualisierung erreicht wird. Ein multidisziplinärer Kader von qualifizierten und erfahrenen Dozenten aus verschiedenen Bereichen, die das theoretische Wissen auf effiziente Weise entwickeln, aber vor allem das praktische Wissen aus ihrer eigenen Erfahrung in den Dienst des Programms stellen: eine der besonderen Qualitäten dieser Weiterbildung.

Diese Beherrschung des Themas wird durch die Effizienz des methodischen Konzepts dieses Programms ergänzt. Es wurde von einem multidisziplinären Team von *E-Learning*-Experten entwickelt und integriert die neuesten Fortschritte in der Bildungstechnologie. Auf diese Weise kann man mit einer Reihe praktischer und vielseitiger Multimedia-Tools studieren, die dem Studenten die nötige Handlungsfähigkeit in seiner Fortbildung geben.

Das Programm basiert auf problemorientiertem Lernen: ein Ansatz, der Lernen als einen eminent praktischen Prozess begreift. Um dies aus der Ferne zu erreichen, setzt TECH die Telepraxis ein: Mit Hilfe eines innovativen interaktiven Videosystems und dem *Learning from an Expert* können sich die Studenten Wissen aneignen, als wären sie in diesem Moment mit dem Fall konfrontiert, den sie gerade behandeln. Ein Konzept, das es Ihnen ermöglicht, das Gelernte auf realistischere und dauerhaftere Weise zu integrieren und zu fixieren.

Das Studium des Publikums und des Empfangs des audiovisuellen Produkts ist eine Spezialisierung von großem Interesse für Fachkräfte in diesem Bereich.

Ein praktisches und reales Programm, mit dem Sie schrittweise und sicher vorankommen.



02 Ziele

Die Ziele, die TECH in jedem ihrer Bildungsprogramme vorschlägt, sind darauf ausgerichtet, einen globalen Impuls für die Entwicklung ihrer Studenten zu geben, nicht nur im akademischen Bereich, in dem höchste Qualitätsstandards gesetzt werden, sondern auch im persönlichen Bereich. Um dies zu erreichen, bietet es eine anregende und flexible pädagogische Entwicklung, die es ermöglicht, die Ziele effektiv zu erreichen.



“

Nutzen Sie die Möglichkeit, auf effiziente und anregende Weise zu lernen und Ihre beruflichen Ziele mit der Qualität eines Programms mit großer didaktischer Wirkung zu erreichen"



Allgemeine Ziele

- » Die Funktionsweise der Konsumströme in einem audiovisuellen Produkt kennen
- » Untersuchung des Publikums und seiner Macht im audiovisuellen Produkt
- » Die verschiedenen Aspekte des Empfangs von audiovisuellen Produkten entwickeln



Wir fördern Ihre berufliche Entwicklung mit diesem Universitätsexperten in Publikum und Empfang des Audiovisuellen Produkts und unterstützen Ihre Entwicklung mit Bildungsprodukten von höchster Qualität"





Spezifische Ziele

Modul 1. 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 des Publikums und der Werbekunden 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 2. Verwaltung und Förderung von audiovisuellen Produkten

- » Die grundlegenden Konzepte kennen, die den Vertrieb, die Vermarktung und die Verbreitung eines audiovisuellen Produkts in der heutigen Gesellschaft bestimmen
- » Identifizierung der verschiedenen audiovisuellen Ausstellungsfenster und Überwachung der Amortisationen
- » Kenntnis der Produktionsstrategien für die Entwicklung und den anschließenden Vertrieb von audiovisuellen Projekten
- » Identifizierung des Marketingdesigns einer audiovisuellen Produktion anhand ihrer Auswirkung auf die verschiedenen zeitgenössischen audiovisuellen Medien
- » Kenntnis der Geschichte und der aktuellen Probleme von Filmfestivals
- » Identifizierung der verschiedenen Kategorien und Modalitäten von Filmfestivals

Modul 3. Das audiovisuelle Publikum

- » Kenntnis der Studien, die sich mit der audiovisuellen Rezeption befassen, auf theoretischer Ebene
- » Identifizierung der Unterschiede zwischen den verschiedenen Ansätzen zur Untersuchung der audiovisuellen Rezeption und dem aktuellen Stand der Technik
- » Verständnis der Funktionsweise sozialer Netzwerke als grundlegender Bestandteil des heutigen audiovisuellen Umfelds
- » Verstehen der Zusammenhänge zwischen Publikum und Inhalt
- » Die durch die Digitalisierung ausgelösten Veränderungen verstehen

Modul 4. 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
- » Unterscheidung und Untersuchung der soziokulturellen Prozesse und ihrer Auswirkungen auf die repräsentativen Verfahren der audiovisuellen Medien
- » Zeitgenössische Filmproduktionen aus einer sozialen, kulturellen und ästhetischen Perspektive verstehen und kritisch 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 erkennen und kritisch analysieren

03

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 dem Studenten ermöglicht, vom ersten Moment der Spezialisierung an zu einem Profi zu werden.



“

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

Modul 1. Kulturindustrien und neue Geschäftsmodelle in der Kommunikation

- 1.1. Kommerzialisierte Handwerkskultur
 - 1.1.1. Von der Live-Performance bis zur bildenden Kunst
 - 1.1.2. Museen und Kulturerbe
 - 1.1.3. Die Stadt
- 1.2. Technologie, Kommunikation und Kultur
 - 1.2.1. Technologie, Kommunikationsbranche und soziale Kommunikation. Technologie und Utopien
- 1.3. Struktur der Kommunikationsbranche: wirtschaftlicher Charakter
 - 1.3.1. Angebot
 - 1.3.2. Kreative Arbeit und geistiges Eigentum
 - 1.3.3. Verbrauch
- 1.4. Die wichtigsten Sektoren der Kommunikationsbranche
 - 1.4.1. Publishing-Produkte
 - 1.4.2. Der Fluss der Kommunikationsbranche
 - 1.4.3. Hybride Modelle
- 1.5. Globalisierung und Diversität in der Kommunikationsbranche
 - 1.5.1. Konzentration; Internationalisierung und Globalisierung der Kommunikationsbranche
 - 1.5.2. Der Kampf um die Vielfalt und ihre Entwicklung zur Informationsgesellschaft
- 1.6. Das digitale Zeitalter in der Kommunikationsbranche
 - 1.6.1. On-/Offline-Verlagsartikel
 - 1.6.2. Der Fluss der Kommunikationsbranche
 - 1.6.3. Neue Modelle im digitalen Zeitalter: Das digitale Urheberrecht und seine Fragen
 - 1.6.4. Freie Kultur und *Creative-Commons*-Lizenzen
 - 1.6.5. Kreativität und Innovation bei der Erstellung von *low cost* audiovisuellen Projekten
 - 1.6.6. Was sind preisgünstige audiovisuelle Inhalte?
 - 1.6.7. Crowdfunding und die zentrale Bedeutung des Internets
- 1.7. Kultur- und Kooperationspolitik
 - 1.7.1. Die Rolle der Staaten und Regionen von Ländern (Europäische Union, MERCOSUR, FTA)



- 1.8. Herausforderungen und Geschäftschancen für die Medien im Zuge der Digitalisierung
- 1.9. Digitale Medien und Kommunikationsmedien im digitalen Zeitalter I
 - 1.9.1. Das Online-Pressegeschäft: Herausforderungen und Fragen. Projektplanungs- und Kontrollmethoden für die Entscheidungsfindung in Zeitungsunternehmen im digitalen Umfeld
 - 1.9.2. Innovation und Entwurf von Strategien für die Entwicklung von Informationsprodukten und die Verbesserung von Management- und Entscheidungsprozessen in der digitalen Umgebung
 - 1.9.3. Radio in der digitalen Umgebung
- 1.10. Digitale Medien und Kommunikationsmedien im digitalen Zeitalter II
 - 1.10.1. Neue Schlüssel zum Werbemanagement in den digitalen Medien. Änderungen der Parameter für die Zeit- und Raumverwaltung. Virales Marketing und *Branded Content*
 - 1.10.2. Die Besonderheiten der Medien im digitalen Zeitalter: neue Unternehmen. Unternehmen in der Blogosphäre und in sozialen Netzwerken. Neue Verbraucher und Nutzer. Positionierungsstrategien auf dem Informationsmarkt
 - 1.10.3. Internet-Fiction: Webserien

Modul 2. Verwaltung und Förderung von audiovisuellen Produkten

- 2.1. Audiovisueller Vertrieb
 - 2.1.1. Vertriebsstrategie
 - 2.1.3. Vertriebsgesellschaft
 - 2.1.4. Ausbeutungsoptionen: Verteilung in klassischen Formaten/Online-Vertrieb
 - 2.1.5. Verträge und Vertriebsrechte
 - 2.1.6. Werbung und Marketing
 - 2.1.7. Festivals
 - 2.1.8. Akademien und Verbände
 - 2.1.9. Werbemittel: Trailer
 - 2.1.10. Das audiovisuelle *Low-Cost*-Projekt: Erstellung und Förderung
- 2.2. Audiovisuelle Ausstellung
 - 2.2.1. Vorführräume
 - 2.2.2. Fernsehausstellung: Medien/Zuschauer
 - 2.2.3. Digitale und multimediale Medien
- 2.3. Filmfestivals: Einführung I
 - 2.3.1. Ursprünge, Ziele

- 2.4. Filmfestivals: Einführung II
 - 2.4.1. Arten von Festen
 - 2.4.2. Ausstellung und Legitimierung der Filmproduktion in der globalen Gesellschaft
 - 2.4.3. Das Festival als Legitimierer von Diskursen: der Fall Sundance und der Indie-Film
- 2.5. Das Filmfestival als Agora: Struktur des Festivals
 - 2.5.1. Auswahl und Abschnitte
 - 2.5.2. Galas, Preise und Jurys
 - 2.5.3. Publikum und öffentliche Meinung
- 2.6. Das Festival als Vermittler
 - 2.6.1. Festivalproduktion und -management: Redaktionelle (politische) Linien
 - 2.6.2. Der Programmierer: Kanonen und Gegenkanonen
 - 2.6.3. Der Star: Förderung des Kinos
- 2.7. Die Geopolitik des Filmfestivals
 - 2.7.1. Geografien von Festivals
 - 2.7.2. *Stadt-Branding*
 - 2.7.4. Das Festival als Marktplatz
 - 2.7.5. Das Festival als Produzent
- 2.8. Die Legitimation des transnationalen Kinos auf den internationalen Filmfestivals
 - 2.8.1. Der Fall Lateinamerika

Modul 3. Das audiovisuelle Publikum

- 3.1. Theorien der Rezeption I
 - 3.1.1. Einführung in die Rezeptionstheorien
 - 3.1.2. Die ersten Strömungen in der Rezeptionsforschung
- 3.2. Theorien der Rezeption II
 - 3.2.1. Der Paradigmenwechsel in den Rezeptionstheorien
 - 3.2.2. Ein theoretischer Vorschlag zur Analyse des audiovisuellen Publikums: Die Beiträge von Janet Staiger
- 3.3. Filmpublikum I
 - 3.3.1. Entwicklungen in den USA
 - 3.3.2. Angewandte Fallstudie

- 3.4. Filmpublikum I
 - 3.4.1. Angewandte Fallstudie
- 3.5. Fernsehzuschauer I
 - 3.5.1. Warum sollen wir sie studieren?
 - 3.5.2. Messung des Publikums: traditionelle quantitative Studien
 - 3.5.3. Beschränkungen und Krisen im digitalen Umfeld
- 3.6. Fernsehzuschauer II
 - 3.6.1. Nach-Publikum. Zuschauermessung im Internet und DTT
 - 3.6.2. Auf dem Weg zu einem neuen Analysemodell: Kultur der Konvergenz
- 3.7. Publikum und Zuschauer heute I
 - 3.7.1. Publikum und Minderheiten: die Auswirkungen von Geschlecht, Sexualität und Rasse/ethnischer Zugehörigkeit in Bezug auf die Medien
 - 3.7.2. Neue Ansätze für das Konzept des Publikums: Ethnographie, Fandom, Gemeinschaft, Transmedia, Transtextualität
 - 3.7.3. Fan-Verhalten
- 3.8. Publikum und Zuschauer heute II
 - 3.8.1. Der Filmstar-Zuschauer
 - 3.8.2. Der Kultfilm/Serienzuschauer
 - 3.8.3. Vom Kino nach Hause: kollektive und individuelle Seherlebnisse
 - 3.8.4. Die Wirkung von Gewalt, Horror und sexuell expliziten Bildern auf den Betrachter
 - 3.8.5. Der Platz des Gedächtnisses im audiovisuellen Betrachter
- 3.9. Angewandte Studien I
 - 3.9.1. Die Rezeption von *Die blonde Venus* (Josef von Sternberg, 1932): Zensur gegen Fans
 - 3.9.2. Die kritische Aufnahme von *A Clockwork Orange* (Stanley Kubrick, 1971) in den USA
- 3.10. Angewandte Studien II
 - 3.10.1. Das Schweigen der Lämmer (Jonathan Demme, 1991): Die Produktion von kulturellen Bedeutungen für die homosexuelle und feministische Gemeinschaft in den USA
 - 3.10.2. Das Publikum von *Game of Thrones* (HBO, 2011-2019): die Transversalität und Globalität der Fankultur

Modul 4. Kino, Fernsehen und die heutige Gesellschaft

- 4.1. Identität
 - 4.1.1. Identität in der primitiven Welt
 - 4.1.2. Identität in der mittelalterlichen Welt
 - 4.1.3. Identität in der modernen Welt
 - 4.1.4. Identität in der Postmoderne
- 4.2. Repräsentation
 - 4.2.1. Repräsentation und visuelle Kultur
 - 4.2.2. Repräsentation im Laufe der Geschichte
 - 4.2.3. Der instrumentelle Wert des Bildes
- 4.3. Kollektive Identität: die Nation und die Arbeiterklasse
 - 4.3.1. Darstellung der kollektiven Identität in der Moderne: der Andere
 - 4.3.2. *Free Cinema* und die Legitimation der Arbeiterklasse in Großbritannien. Konsequenzen
- 4.4. Bilder von Männlichkeit
 - 4.4.1. Die Darstellung von Männern in der Moderne
 - 4.4.2. Neue Männlichkeiten in Film und Fernsehen
- 4.5. Darstellung der sexuellen Identität und der Transgender-Identität
 - 4.5.1. Sexuelle Orientierung und Transgender-Identität: eine Reise durch Film und Fernsehen
- 4.6. Generationenkrise
 - 4.6.1. Adoleszenz, die Krise der dreißiger Jahre, Neo-Existenzialismus
- 4.7. Paare und Beziehungen
 - 4.7.1. Flüssige Liebe
- 4.8. Die Darstellung der Wirtschaftskrise und die Revision des amerikanischen Traums
 - 4.8.1. Geld, Ruhm, die Figur des *Self-made Man*
- 4.9. Darstellungen des Terrorismus in Film und Fernsehen
 - 4.9.1. Vom Tabu zur Parodie



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

04

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.



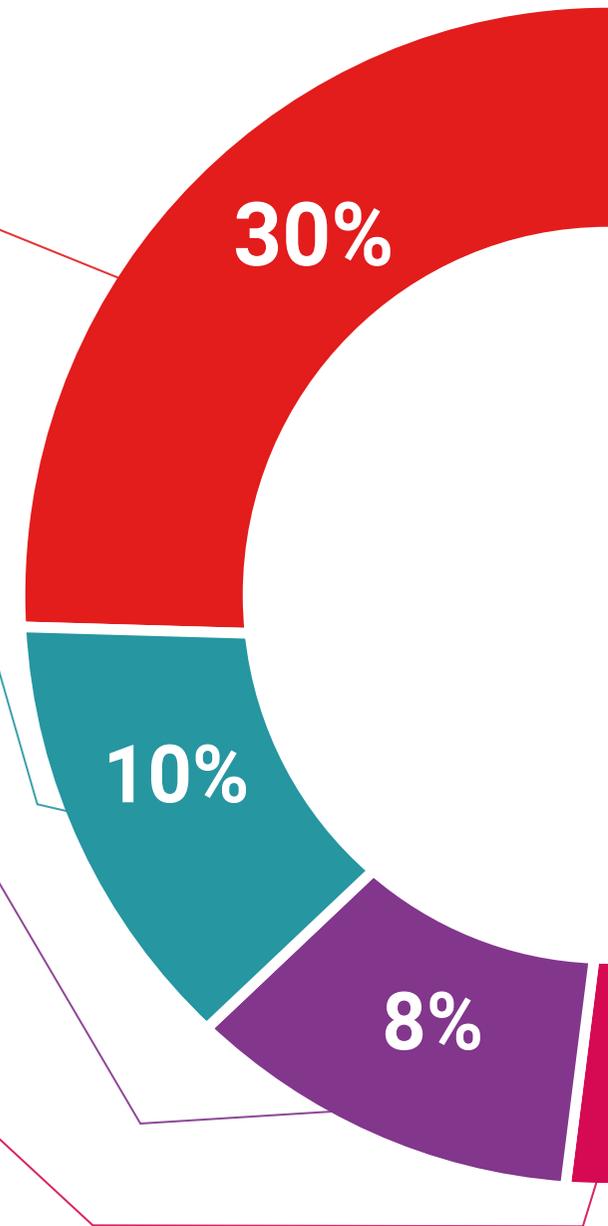
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

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.



05

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Publikum und Empfang 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 Hochschulabschluss, ohne zu reisen oder umständliche Verfahren zu durchlaufen"

Dieser **Universitätsexperte in Publikum und Empfang 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: **Universitätsexperte in Publikum und Empfang des Audiovisuellen Produkts**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 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 verpflichtungen
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung instituten
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Publikum und Empfang des
Audiovisuellen Produkts

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische
Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Publikum und Empfang des
Audiovisuellen Produkts

