

Universitätsexperte

Wirtschaftsjournalismus
in Audiovisuellen Medien
und Fachzeitschriften



Universitätsexperte

Wirtschaftsjournalismus in Audiovisuellen Medien und Fachzeitschriften

- » 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

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 24

06

Qualifizierung

Seite 32

01

Präsentation

Die journalistische Kommunikation ist je nach dem Medium, in dem sie stattfindet, auf spezifische Arbeitsweisen angewiesen. Im Wirtschaftsbereich ist diese besondere Art der Kommunikation bereits durch die Eigenart der Informationen, mit denen wir arbeiten, gegeben. Bei der Anpassung dieses Prozesses muss jedoch die Adaption an die Umwelt sorgfältig berücksichtigt werden. Aus diesem Grund hat TECH dieses Programm ins Leben gerufen, um den Fachkräften der Branche die neuesten und aktuellsten Informationen über audiovisuelle Medien und Fachzeitschriften zur Verfügung zu stellen. Es handelt sich um einen qualitativ hochwertigen und intensiven Kurs in einem 100%igen akademischen Online-Block.



coraz

Madrid, ión económico

“

Erwerben Sie die notwendigen Kenntnisse, um in audiovisuellen Medien und Fachzeitschriften im Bereich des Wirtschaftsjournalismus mit der Qualität eines Spezialisten zu arbeiten"

Heutzutage erfreuen sich Wirtschaftsinformationen zunehmender Beliebtheit und sind nicht mehr nur für Geschäftsleute und Experten auf diesem Gebiet von Interesse, sondern für die ganze Welt. Waren Wirtschaftsinformationen in den 1970er Jahren noch eine Randerscheinung, so nahm diese Art von Nachrichten ab den 1990er Jahren einen größeren Platz in den überregionalen Zeitungen ein und verbreitete sich anschließend in Medien wie Radio, Fernsehen und Internet. Dies hat dazu geführt, dass er zu einem der auffälligsten Abschnitte geworden ist und daher mehr Berichterstattung erfordert. Daher suchen immer mehr Medienunternehmen nach ausgebildeten Fachkräften in ihren Reihen, die wissen, wie man die neuen journalistischen Formate anwendet, die es verstehen, das Potenzial der neuen Technologien zu nutzen und die sich mit der Art der Nachrichten, Artikel oder Informationen für die Öffentlichkeit in geeigneter Weise auseinandersetzen.

Dieses Programm ist also eine einzigartige Gelegenheit, die neuesten Informationen über den Wirtschaftsjournalismus kennen zu lernen und zu präsentieren. Darin findet die Fachkraft Informationen, die je nach den Medien, in denen sie verbreitet werden sollen, einen Nachrichtenwert haben, und analysiert vor allem, wie diese Informationen je nach dem zu verwendenden journalistischen Genre übermittelt werden sollen. Um die Aneignung des Wissens zu gewährleisten, werden alle diese Inhalte anhand konkreter Beispiele und praktischer Fälle dargestellt, wodurch der Berufstätige zu einem auf Erfahrung basierenden Lernfeld geführt wird und die langen Stunden des Studiums und des erzwungenen Auswendiglernens hinter sich lässt.

Es handelt sich also um einen 100%igen Online-Universitätsexperten, mit der die Fachkräfte des Sektors ihre berufliche Tätigkeit verbinden können, wobei lediglich ein Gerät mit einer Internetverbindung erforderlich ist. Im Gegenzug können sie die Inhalte auf ihr tägliches Arbeitsinstrument herunterladen und sie so oft wie nötig überprüfen.

Dieser **Universitätsexperte in Wirtschaftsjournalismus in Audiovisuellen Medien und Fachzeitschriften** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten des Wirtschaftsjournalismus vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Nehmen Sie eine spezielle Weiterbildung in Wirtschaftsjournalismus in Ihren Lebenslauf auf und geben Sie Ihrer Karriere einen Schub in Richtung Exzellenz"

02 Ziele

Der Universitätsexperte in Wirtschaftsjournalismus in Audiovisuellen Medien und Fachzeitschriften ermöglicht es den Fachkräften der Branche, ihre Karriere in diesen Medien zu entwickeln, indem sie die für diese Arbeit erforderlichen Instrumente nutzen. Zu diesem Zweck wurden die wesentlichen theoretischen Inhalte entwickelt, die sie mit den notwendigen Kenntnissen und Werkzeugen ausstatten, um in die Praxis überzugehen, die während der gesamten Weiterbildung intensiv vertieft wird.



“

Lernen Sie, Wirtschaftsinformationen in der Sprache der audiovisuellen Medien und der Fachzeitschriften zu planen, zu beschaffen und zu übermitteln, und zwar in Expertenqualität"



Allgemeine Ziele

- ♦ Analysieren der wichtigen Unterschiede, die der Journalist bei der Aufbereitung von Wirtschaftsinformationen je nach dem Medium, in dem sie verbreitet werden sollen, beachten muss
- ♦ Erarbeiten von fortgeschrittenen Kenntnissen, so dass der auf Wirtschaftsjournalismus spezialisierte Journalist jedes der verwendeten journalistischen Genres ausarbeiten und die Werkzeuge für die tägliche Arbeit aufzeigen kann
- ♦ Untersuchen der Merkmale von Fachzeitschriften als Träger und Vehikel für die Übermittlung von Wirtschafts- und Unternehmensinformationen
- ♦ Analysieren der Bedeutung von Wirtschaftsinformationen im Hinblick auf ihre öffentliche Relevanz und ihr Interesse für die Gesellschaft
- ♦ Zeigen, wie ein Korrespondent im wirtschaftlichen Bereich arbeitet
- ♦ Vermitteln von Kenntnissen über die Auswahl und Bearbeitung von Wirtschaftsnachrichten für die ausländische Presse



Verschaffen Sie sich jetzt Zugang zu einer qualitativ hochwertigen Weiterbildung mit den am besten entwickelten Lehrmitteln, damit Sie mit geringem Aufwand die besten Ergebnisse erzielen können"



colapso sanitario”

LOS HÉROES

- El valor de los sanitarios
- El momento de la solidaridad

EL REINICIO

- El teletrabajo se queda
- El distanciamiento social

D-19

le nos vida



Spezifische Ziele

Modul 1. Wirtschaftsjournalismus in den audiovisuellen Medien

- ♦ Erkennen des journalistischen Genres, das der Experte in jedem Moment ansprechen muss und der Sprache, die er in jedem dieser Momente verwenden muss
- ♦ Vermitteln, wie man Informationen aufbereitet, um sie der breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, indem man spezifische Instrumente verwendet
- ♦ Einführen in die SEO-Positionierung und die Verwendung der *Keywords* von Wirtschaftsinformationen

Modul 2. Wirtschaftsjournalismus in Fachzeitschriften

- ♦ Übertragen der pädagogischen Aufgabe des Wirtschaftsjournalisten, Informationen für die breite Öffentlichkeit verständlich und attraktiv zu machen
- ♦ Spezialisieren des Wirtschaftsjournalisten in der Ausarbeitung der verschiedenen journalistischen Genres, die in einer Fachzeitschrift ihren Platz haben
- ♦ Vermitteln der Vorteile der Wirtschaftsberichterstattung in einer Fachzeitschrift gegenüber anderen allgemeinen Medien

Modul 3. Wirtschaftsjournalismus in ausländischen Medien

- ♦ Untersuchen der Kette der Übermittlung von Wirtschaftsinformationen in ausländischen Medien, der Auswahl der Themen und der auferlegten Grenzen
- ♦ Aufzeigen der Realität der Arbeit der Korrespondenten in wirtschaftlichen Fragen, ihre Zwänge, Schwierigkeiten, Herausforderungen und Verpflichtungen
- ♦ Analysieren, wie die wichtigsten Unternehmen hervorgehoben und verfolgt werden
- ♦ Einführen des Berufsjournalisten in die Feinheiten des Wirtschaftsjournalismus für ausländische Medien, von der Makroökonomie bis zur Mikroökonomie, und in die Bedeutung der Pädagogik
- ♦ Entwickeln von Grundlagen für den Wirtschaftsjournalismus vor Ort in Zeiten der Krise

03

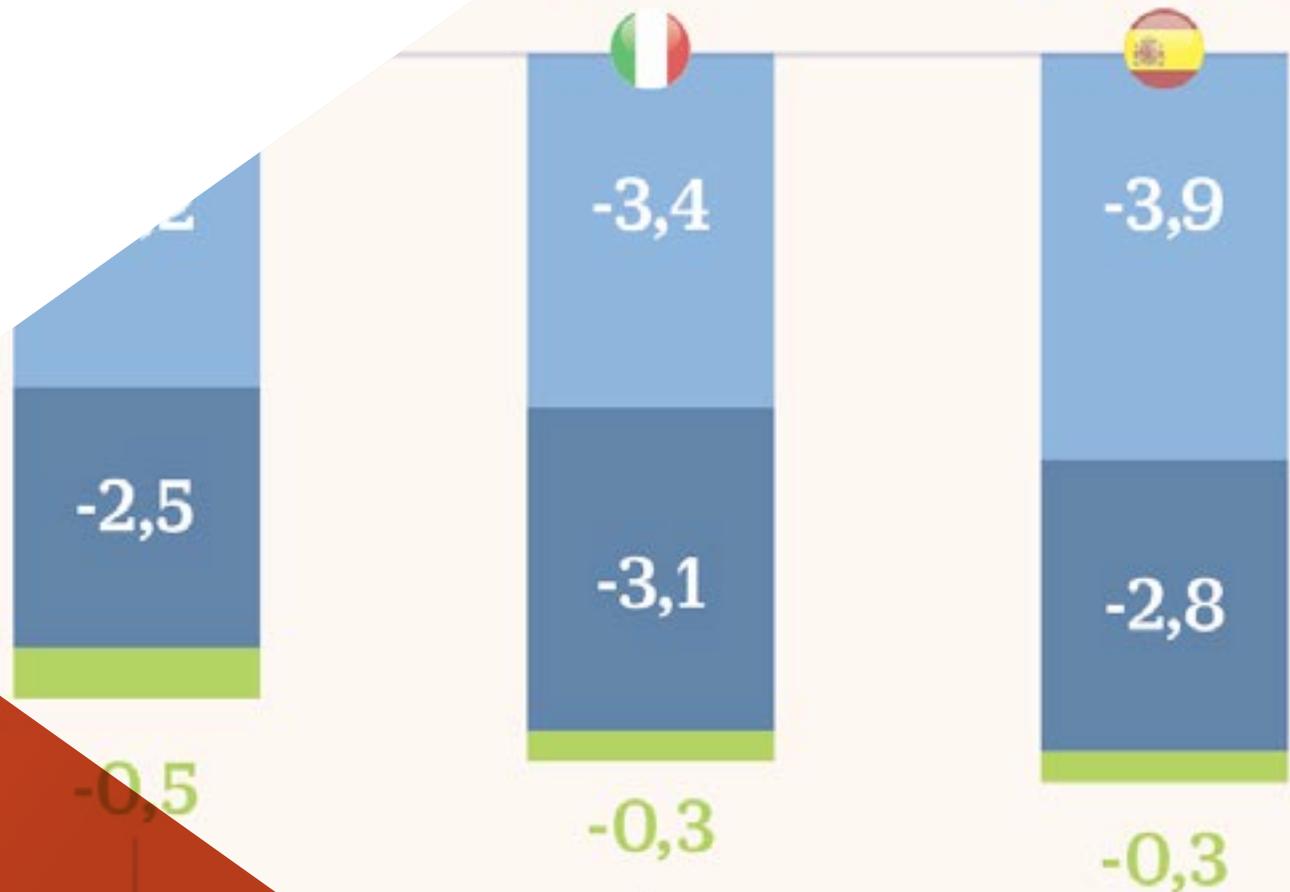
Kursleitung

Der Universitätsexperte in Wirtschaftsjournalismus in Audiovisuellen Medien und Fachzeitschriften wird von akkreditierten Experten mit umfangreicher Erfahrung im Journalismus unterrichtet, die den Studenten einen aktuellen und hautnahen Einblick in den Beruf geben. Aus diesem Grund wurde ein Bildungsprogramm entwickelt, das sich besonders auf die berufliche Entwicklung aus einer Perspektive konzentriert, die vollständig an die Realität des Sektors angepasst ist.

países En % ■ Impo

Italia

ESPAÑA



4,0
-4,3
-8,3

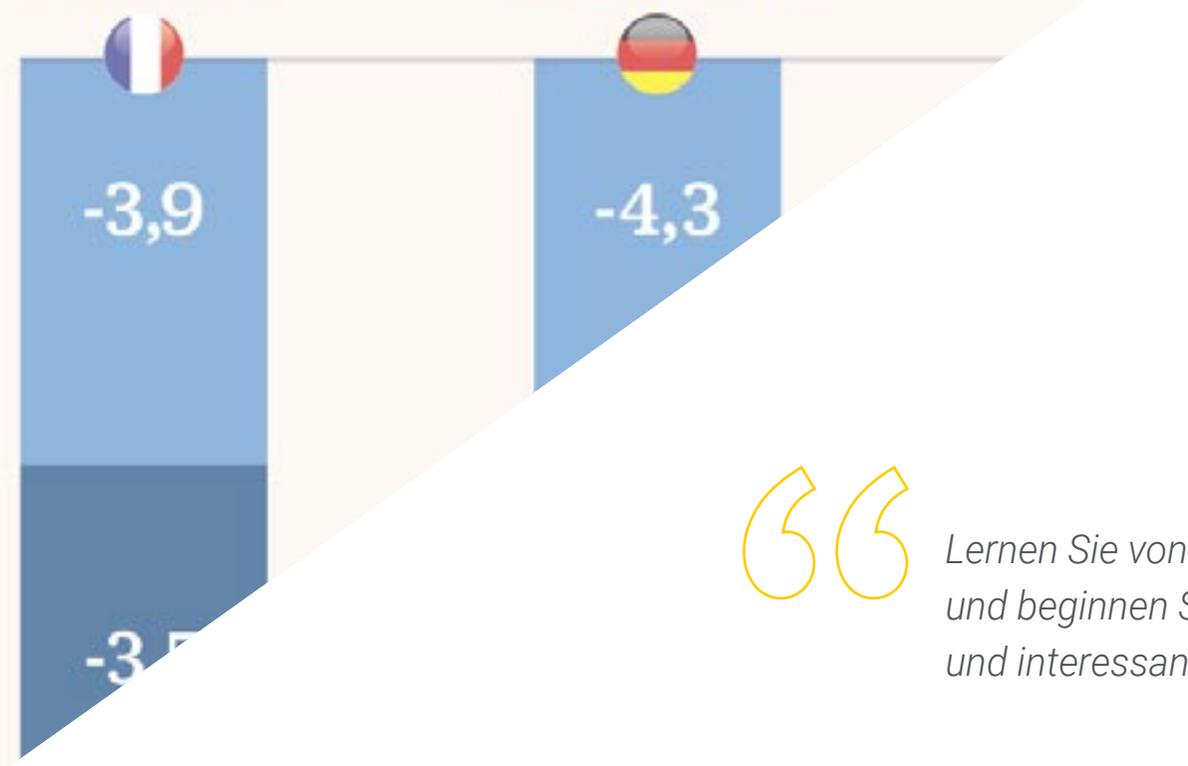
-8

-5,2
-1,4
-6,6

-5,4
-3,8
-9,2

efecto directo ■ Efecto de arrastre ■ Efecto "c"

Francia Alemania Italia



“

Lernen Sie von Experten auf diesem Gebiet und beginnen Sie, sich in einem dynamischen und interessanten Beruf zu bewegen“

Leitung



Dr. Ronda Iglesias, Javier

- ♦ Verantwortlicher Journalist für die Sendung Sucesos y Tribunales bei Canal Sur Radio
- ♦ Präsident des Verwaltungsausschusses des Presseverbandes von Campo de Gibraltar
- ♦ Außerordentlicher Professor an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Sevilla
- ♦ Forscher
- ♦ Autor der Bücher *Nachbar im Dienst*, *Dreispitz im Dienst* und *Handbuch des Justizjournalismus der Universität von Sevilla*
- ♦ Promotion in Journalismus und Kommunikation an der Universität von Sevilla
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften, Universität von Sevilla
- ♦ Hochschulstudium in Rechtswissenschaften an der Offenen Universität von Katalonien
- ♦ Erhielt den Preis „Auszeichnung Soldat der Ehre“ von der UME, Militärische Notfalleinheit, Verteidigungsministerium Stützpunkt Morón de la Frontera, Sevilla
- ♦ Nationale Auszeichnung der Guardia Civil in der Sparte Radio
- ♦ Mitglied von: Presseverband von Sevilla, FAPE und Verband der Rechtskommunikatoren und Berichterstatter



Dr. Campra García de Viguera, María de los Ángeles

- ♦ Direktorin und Beraterin für Kommunikation
- ♦ Direktorin für Kommunikation der Vereinigung der Polizeichefs und Führungskräfte der lokalen Polizei von Andalusien, AJDEPLA
- ♦ Direktorin für Kommunikation des Galizischen Hauses in Sevilla, Lar Gallego
- ♦ Direktorin für Kommunikation der Schönheitsklinik GOLDEN
- ♦ Direktorin für Kommunikation der Stiftung +21
- ♦ Direktorin für Kommunikation des Nationalen Verbands der Fischergilden
- ♦ Beraterin für Kommunikation bei Unixa Anwälte und Berater
- ♦ Promotion in Journalismus und Kommunikation an der Universität von Sevilla
- ♦ Hochschulabschluss in Kommunikationswissenschaften an der Universität Camilo José Cela, Madrid
- ♦ Referentin an der UNED in Ceuta als Expertin für Kommunikationsbüros im Sommerkurs „Image und Macht der Medien“
- ♦ Referentin an der UNED in Ceuta als Expertin für Kommunikationsbüros bei der Konferenz „Geschlechtsspezifische Gewalt und die Medien“

Professoren

Fr. Chamerois, Aurélie

- ♦ Mitgründerin und Chefredakteurin von Equinox
- ♦ Korrespondentin in Spanien für französische Medien wie BFM TV, TV5 Monde, RTL und Ouest-France
- ♦ Journalistin bei LN 24, Medi 1, Le JDD, France TV und TV5 Mond
- ♦ Gelegentliche Zusammenarbeit mit Medien in der Schweiz, Belgien und Marokko
- ♦ Journalistin für die Zeitschrift Bons Plans
- ♦ Journalistin für Virgin Radio International Limited und NRJ GROUP
- ♦ Hochschulabschluss in Angelsächsischer und Hispanischer Zivilisation und Sprachen für Auswärtige Angelegenheiten an der Universität von Burgund

Dr. Martínez Leyva, Mónica

- ♦ Reporterin in der Sendung Documental Centenarios auf Canal Sur TV
- ♦ Reporterin für Reportagen und Live-Übertragungen für Andalucía Directo auf Canal Sur TV
- ♦ Spezialistin für digitales Marketing und Inhalte bei Infoautónomos
- ♦ Redakteurin bei *El Economista*
- ♦ Promotion in Journalismus und Kommunikation an der Universität von Sevilla
- ♦ Masterstudiengang in Institutioneller und Politischer Kommunikation an der Universität von Sevilla
- ♦ Universitätsexperte in Palliativmedizin an der Universität von Granada



Fr. Balbontín Valle, Patricia

- ♦ Chefredakteurin von Andalucía Económica
- ♦ Koordinatorin der Zeitschrift Para Vivir Andalucía
- ♦ Mitarbeiterin der Firma Magnum Comunicación, die für bestimmte Unternehmen externe Kommunikationsarbeit leistet
- ♦ Redakteurin des Lokalteils der Zeitung La Voz de Huelva
- ♦ Redakteurin. ABC, Huelva
- ♦ Hochschulabschluss in Kommunikationswissenschaften an der Universität von Sevilla
- ♦ Kenntnisse in InDesign und Wordpress

“

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Fortbildungserfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert”

04

Struktur und Inhalt

Ein breit gefächertes Lehrplan, der von den verschiedenen Professoren dieses Universitätsexperten mit einem klaren Ziel ausgearbeitet wurde: sicherzustellen, dass die Studenten jede einzelne der Fähigkeiten erwerben, die notwendig sind, um echte Experten im Wirtschaftsjournalismus zu werden. Ein umfassendes Kompendium, das es dem Studenten ermöglicht, alle Aspekte der verschiedenen Disziplinen in diesem Bereich zu erlernen, mit der Qualität eines gut strukturierten Programms, das zu den höchsten Qualitätsstandards und zum Erfolg führen wird.

ONAL MONE

ETARY FUND



“

Dieses Programm ist in didaktische Einheiten gegliedert, die auf Effizienz ausgelegt sind, und zielt auf ein effektives und schnelles Lernen ab, das mit Ihrem persönlichen und beruflichen Leben vereinbar ist”

Modul 1. Wirtschaftsjournalismus in den audiovisuellen Medien

- 1.1. Wirtschaftsinformationen in den verschiedenen audiovisuellen Medien
 - 1.1.1. Wirtschaftsinformationen in Fernsehen, Radio und Internet
 - 1.1.2. Formate und Schlüssel für die Verwendung der Sprache
 - 1.1.3. Welche Wirtschaftsnachrichten von Interesse sind
 - 1.1.4. Bibliographie und „Webgraphie“
- 1.2. Wirtschaftsinformationen im Fernsehen: die Nachrichten
 - 1.2.1. Neuigkeiten in den Nachrichten
 - 1.2.2. Liveübertragungen in den Nachrichten
 - 1.2.3. Bibliographie und „Webgraphie“
- 1.3. Wirtschaftsinformationen im Fernsehen: die Magazinsendung
 - 1.3.1. Berichte im Magazinprogramm
 - 1.3.2. Liveübertragungen im Magazinprogramm
 - 1.3.3. Liveübertragung
 - 1.3.4. Liveübertragung mit Interview
 - 1.3.5. Bibliographie und „Webgraphie“
- 1.4. Andere Formate für die Wirtschaftsberichterstattung im Fernsehen
 - 1.4.1. Ausführlicher Bericht
 - 1.4.2. Warteschlangen
 - 1.4.3. Tails + Statement
 - 1.4.4. Batterie von Statements
 - 1.4.5. Bibliographie und „Webgraphie“
- 1.5. Präsenz von Wirtschaftsinformationen im Radio
 - 1.5.1. Medien- und Referenzprogramme
 - 1.5.2. Wie der Beitrag über Wirtschaftsinformationen für das Radio produziert wird
 - 1.5.3. Die Bedeutung der richtigen Sprache
 - 1.5.4. Bibliographie und „Webgraphie“
- 1.6. Wirtschaftsjournalismus im Internet
 - 1.6.1. Finanzportale und digitale Fachzeitungen
 - 1.6.2. Schreiben von Wirtschaftsnachrichten in einem Online-Medium
 - 1.6.3. Bibliographie und „Webgraphie“

- 1.7. Wirtschaftsjournalismus im Dienste der Unternehmen
 - 1.7.1. *Content Marketing* und spezialisierte Websites
 - 1.7.2. Der Fall Infoautónomos
 - 1.7.3. Wirtschaftsinformationen und *Branded Content: Webinars* und *e-Books*
 - 1.7.4. Bibliographie und „Webgraphie“
- 1.8. Die Formulierung von Wirtschaftsinformationen nach SEO
 - 1.8.1. Die Bedeutung von *Keywords*
 - 1.8.2. Tools, die Ihr Leben leichter machen
 - 1.8.3. Bibliographie und „Webgraphie“
- 1.9. Der Tourismus als Motor der Wirtschaftsinformation I
 - 1.9.1. Fakten und Zahlen, die ihre enge Verbindung belegen
 - 1.9.2. Welche Daten aus dem Sektor die audiovisuellen Medien erreichen
 - 1.9.3. Wie wirtschaftliche Informationen aus dem Tourismussektor vermittelt werden
 - 1.9.4. Bibliographie und „Webgraphie“
- 1.10. Der Tourismus als Motor der Wirtschaftsinformation II
 - 1.10.1. Das Monument der Alhambra als Generator von Wirtschaftsinformationen
 - 1.10.2. Sierra Nevada und ihre Zahlen
 - 1.10.3. Bibliographie und „Webgraphie“

Modul 2. Wirtschaftsjournalismus in Fachzeitschriften

- 2.1. Wirtschaftsinformationen in Fachzeitschriften
 - 2.1.1. Boom der Wirtschafts- und Unternehmensnachrichten: die Rolle des Wirtschaftsjournalismus
 - 2.1.2. Was sind Fachzeitschriften?: Einordnung
 - 2.1.3. Die wichtigsten Wirtschafts- und Fachzeitschriften in Spanien
- 2.2. Behandlung von Wirtschaftsinformationen in einer Fachzeitschrift
 - 2.2.1. Welches sind die wichtigsten interessanten Themen?
 - 2.2.2. Struktur der Berichterstattung: Features, Interviews, Nachrichten und Plattformen/Firmen
 - 2.2.3. Schlüssel zur Verwendung von Wirtschaftsbegriffen und grafischen Mitteln



- 2.3. Wie bereitet man Wirtschaftsinformationen für die Verbreitung in einer Fachzeitschrift auf?
 - 2.3.1. Reportagen
 - 2.3.2. Interviews: Kernfragen
 - 2.3.3. Nachrichten mit der größten Wirkung
- 2.4. Fachzeitschrift vs. allgemeine und digitale Medien
 - 2.4.1. Vor- und Nachteile der Informationsverarbeitung
 - 2.4.2. Die wichtigsten Voraussetzungen für das Überleben von Papier im digitalen Zeitalter
 - 2.4.3. Loyalität und Gewinnung neuer Leser
- 2.5. Hauptquellen des Wirtschaftsjournalismus
 - 2.5.1. Öffentliche Verwaltungen
 - 2.5.2. Handelskammern
 - 2.5.3. Unternehmen und Verbände
- 2.6. Wirtschaftssektoren in der Fachpresse
 - 2.6.1. Primärer Sektor
 - 2.6.2. Industrie
 - 2.6.3. Dienstleistungen
- 2.7. Beziehung zwischen Unternehmen und Wirtschaftszeitschriften
 - 2.7.1. Warum Unternehmen kommunizieren müssen
 - 2.7.2. Vorteile der Unternehmenskommunikation
 - 2.7.3. Welche Art von Informationen möchten die Unternehmen weitergeben?
- 2.8. Wie sich unterschiedliche Konjunkturzyklen auf Wirtschaftszeitschriften auswirken
 - 2.8.1. Auswirkungen auf die Werbung
 - 2.8.2. Auswirkungen auf die Information
 - 2.8.3. Ressourcen für das Überleben in Zeiten der Krise
- 2.9. Wie das auf Wirtschaftsjournalismus spezialisierte Magazin funktioniert
 - 2.9.1. *Staff* und Personalfunktionen
 - 2.9.2. Medienprofil und Zielpublikum
 - 2.9.3. Themen von Interesse
- 2.10. Ergänzende Aktivitäten und *Networking*
 - 2.10.1. Auszeichnungen
 - 2.10.2. Redaktionsausschüsse
 - 2.10.3. Monografien

Modul 3. Wirtschaftsjournalismus in ausländischen Medien

- 3.1. Wirtschaftsinformationen in ausländischen Medien
 - 3.1.1. Welche Wirtschaftsinformationen sind für Ausländer von Interesse?
 - 3.1.2. Welchen Stellenwert haben außenwirtschaftliche Informationen?
 - 3.1.3. Die Bedeutung der Verbindung zur lokalen Wirtschaft
- 3.2. Der Auslandskorrespondent und der Wirtschaftsjournalismus
 - 3.2.1. Korrespondententätigkeit im Bereich der Wirtschaft
 - 3.2.1.1. Nachrichtenagenturen
 - 3.2.1.2. Herausforderungen für Wirtschaftskorrespondenten
- 3.3. Die Notwendigkeit von Kontext in der Berichterstattung über die Außenwirtschaft
 - 3.3.1. Lebensstandard und Arbeitsmarkt
 - 3.3.2. Wirtschaftliche Referenzdaten
 - 3.3.3. Spanien in Europa
- 3.4. Die Entwicklung des Wirtschaftsjournalismus in ausländischen Medien seit 2000
 - 3.4.1. Das „Wirtschaftswunder“
 - 3.4.1.1. Die Wirtschaftskrise
 - 3.4.1.2. COVID-19
- 3.5. Große Unternehmen und Medienpräsenz in ausländischen Wirtschaftsnachrichten
 - 3.5.1. Die meistverfolgten spanischen Unternehmen
 - 3.5.1.1. Französische Unternehmen in Spanien
 - 3.5.1.2. Das *Startup Hub* in Barcelona
- 3.6. Die Suche nach neuen Modellen und die Verbreitung in ausländischen Medien
 - 3.6.1. Spanien, ein Modell für Innovation
 - 3.6.2. Der Tourismus, Spaniens Wirtschaftsmotor
 - 3.6.3. Die Bedeutung der Familie als Schockabsorber in Krisensituationen
- 3.7. Wenn die Wirtschaft die Politik erklärt. Verbreitung in ausländischen Medien
 - 3.7.1. Die Wirtschaftskrise und ihre politische Lesart
 - 3.7.2. Das spanische Territorialsystem und die Befugnisse der Autonomen Gemeinschaften
 - 3.7.3. Der Katalonien-Konflikt





- 3.8. Systemmängel und Medieneinfluss in der ausländischen Presse
 - 3.8.1. Die Schattenwirtschaft
 - 3.8.2. Korruption und Drehtürgeschäfte
 - 3.8.3. Der Fall der verzögerten Hilfe während der COVID-19-Krise
- 3.9. Die Gesprächspartner als Informationsquellen im Wirtschaftsjournalismus
 - 3.9.1. Verwaltungen
 - 3.9.2. Unternehmen
 - 3.9.3. Gewerkschaften
- 3.10. Instrumente der Wirtschaftsberichterstattung für ausländische Medien
 - 3.10.1. Vernetzung
 - 3.10.2. Nationale und lokale Wirtschaftsinformationen
 - 3.10.3. Der Alltag

“ Eine komplette Spezialisierung, die Ihnen das Wissen vermittelt, das Sie brauchen, um sich mit den Besten zu messen”

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 hinter sich lässt 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 an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



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



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

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 Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

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

Relearning Methodology

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 zu spezialisieren. 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 spanischsprachigen Online-Universität 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 fortgebildet. 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 Neurocognitive Context-Dependent E-Learning 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 Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



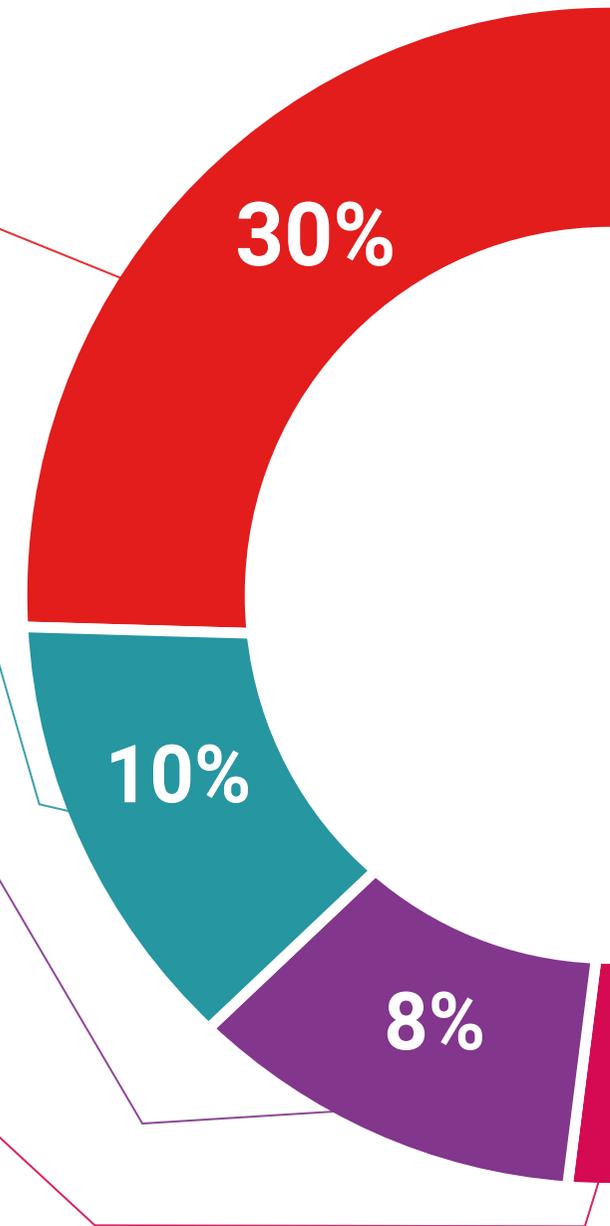
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

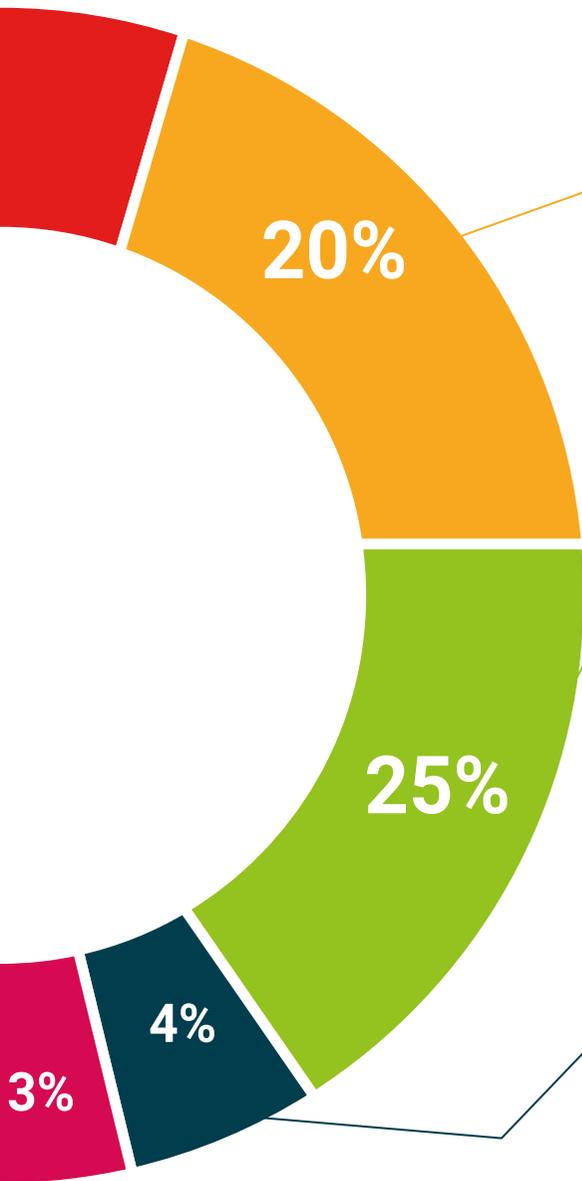
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

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.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Wirtschaftsjournalismus in Audiovisuellen Medien und Fachzeitschriften garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung 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 **Universitätsexperte in Wirtschaftsjournalismus in Audiovisuellen Medien und Fachzeitschriften** 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 Technologische 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 Wirtschaftsjournalismus in Audiovisuellen Medien und Fachzeitschriften**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 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

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Wirtschaftsjournalismus
in Audiovisuellen Medien
und Fachzeitschriften

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

Universitätsexperte

Wirtschaftsjournalismus
in Audiovisuellen Medien
und Fachzeitschriften

