

Universitätskurs

Marketing und Datenanalyse im Kulturjournalismus



tech technologische
universität

Universitätskurs

Marketing und Datenanalyse im Kulturjournalismus

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/marketing-datenanalyse-kulturjournalismus

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Studienmethodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Marketing ist eine wichtige Technik im Kulturbereich, da sie es den Experten ermöglicht, für die Veranstaltungen zu werben und mehr Besucher anzulocken. Aus diesem Grund müssen Kulturjournalisten die wirksamsten Instrumente kennen, um Informationskampagnen zu erstellen, die das Interesse der Öffentlichkeit wecken. Ebenso müssen diese Fachkräfte die Instrumente der Datenanalyse beherrschen, um beurteilen zu können, ob ihre Strategien wirksam sind oder nicht. Außerdem werden sie die Reaktionen der Verbraucher analysieren und geeignete Maßnahmen ergreifen, um eine größere Medienberichterstattung zu erreichen. In diesem Rahmen führt TECH ein innovatives 100%iges Online-Programm ein, das sich auf die neuesten Trends im Kulturmarketing konzentriert.





“

Dank dieses Universitätskurses, der auf Relearning basiert, werden Sie die ausgefeiltesten Marketing- und Datenanalyse-Strategien in Ihre Praxis integrieren, um kulturelle Informationen optimal zu verbreiten“

Die Industrie 4.0 hat den Kulturjournalismus erheblich beeinflusst, da digitale Plattformen die Art und Weise, wie künstlerische Nachrichten konsumiert werden, revolutioniert haben. Dieses neue Paradigma bringt jedoch zahlreiche Herausforderungen für Kommunikationsexperten mit sich. In einer zunehmend vernetzten Welt gibt es eine Fülle von Informationen, die online verfügbar sind, was es schwierig macht, ein Publikum über einen längeren Zeitraum zu binden und zu halten. Um diese Herausforderungen zu meistern, müssen Fachkräfte die innovativsten Taktiken des kulturellen Marketings in ihrer Arbeit einsetzen, um ihre Inhalte zu fördern und ihre Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit zu erhöhen.

In diesem Zusammenhang präsentiert TECH einen innovativen Universitätskurs in Marketing und Datenanalyse im Kulturjournalismus. Der von Experten auf diesem Gebiet konzipierte Lehrplan behandelt Aspekte, die von Qualität als Querschnittsfaktor bei Informationsprodukten bis hin zu aktuellen Trends im Marketing in der Kulturindustrie reichen. Dies wird den Journalisten helfen, wichtige Ereignisse im kulturellen Bereich zu erkennen und dann relevante und interessante Inhalte für die Öffentlichkeit zu erstellen.

Darüber hinaus wird in den Unterrichtsmaterialien die Bedeutung der Datenvisualisierung erörtert, um die visuelle Attraktivität und Klarheit der Berichterstattung über kulturelle Themen zu verbessern. Darüber hinaus wird eine renommierte internationale Gastdirektorin eine fundierte *Masterclass* abhalten, die sich mit den Grundsätzen des Interaktionsdesigns in der Multimedia-Welt und den Schlüsseln für eine optimale interaktive Visualisierung befasst.

Dieser **Universitätskurs in Marketing und Datenanalyse im Kulturjournalismus** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für kulturelle Kommunikation vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren Informationen
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Lektionen, 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



Eine angesehene internationale Gastdirektorin wird Ihnen eine rigorose Masterclass anbieten, um Ihnen zu helfen, seine regelmäßige journalistische Praxis zu optimieren“

“

Möchten Sie die kreativsten und originellsten Infografiken entwerfen, um die visuelle Attraktivität Ihrer Berichterstattung zu erhöhen? Erreichen Sie dies mit diesem Programm in nur 6 Wochen“

Der Lehrkörper des Programms besteht aus Experten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus anerkannten Spezialisten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

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

Sie werden sich mit der Homogenität der Kunst auseinandersetzen, um die Erwartungen des Publikums zu verstehen und kulturelle Inhalte zu schaffen, die auf dessen Interessen abgestimmt sind.

Ein 100%iges akademisches Online-Angebot, das es Ihnen ermöglicht, Ihr Lerntempo ohne die Unannehmlichkeiten eines vorgegebenen Zeitplans zu planen.



02 Ziele

Mit diesem Universitätskurs können Kommunikationsexperten die neuesten Trends im Bereich des Kulturjournalismus in ihre Praxis einbeziehen. Ebenso werden die Studenten ihre Fähigkeiten verbessern, um qualitativ hochwertige, informative Arbeiten über die Welt der Kunst zu erstellen. Außerdem werden sie kreative Fähigkeiten entwickeln, um Marketing-Kampagnen zu entwerfen, die das Publikum ansprechen und eine größere Reichweite kultureller Inhalte auf digitalen Plattformen erzielen. Darüber hinaus werden sie mit Hilfsmitteln der Webanalyse arbeiten, um das Nutzerverhalten zu bewerten und die Auswirkungen ihrer Strategien zu ermitteln.



QUIERES
INVITADO
CONCIERTO

JUNIO 2018 / 12PM

• ALGUNAS RAZONES •

232 CONCIERTOS / 23 DISCOS
67 DUETOS / 212 PREMIOS
20 MILLONES DE DISCOS VENDIDOS ...

ow Barcelona (02 ene)

cierto secreto

eyenda del r
con

“

Sie werden die ausgefeiltesten Marketing- und Datenanalyse-Strategien in Ihre Praxis integrieren, um Ihre kulturellen Inhalte auf digitalen Plattformen optimal zu verbreiten“



Allgemeine Ziele

- Erweitern der Kenntnisse und des Wissens der Studenten auf dem Gebiet des Journalismus, insbesondere im Bereich des Kulturjournalismus
- Erlernen von Informations- und Verbreitungsfunktionen in einem spezialisierten und professionellen Umfeld, wobei der Schwerpunkt auf Informationen innerhalb der verschiedenen Genres des Kulturjournalismus liegt





Spezifische Ziele

- Erlernen der grundlegenden Konzepte, Prinzipien und Theorien der kulturellen Kommunikation und der Kulturindustrie im Kontext der Kultur
- Verstehen und Interpretieren der Realität auf der Grundlage kultureller Fähigkeiten und Verfahren
- Verwalten von Quellen, Planen von Projekten und Organisieren verschiedener Methoden zur Problemlösung
- Verstehen und Anwenden der erworbenen Kenntnisse zur Lösung von Problemen in neuen und ungewohnten Umgebungen innerhalb der verschiedenen Disziplinen
- Studieren, Erforschen und Analysieren von kulturellen Phänomenen
- Verstehen der kulturellen Realität der zeitgenössischen Gesellschaften in der Kreativ- und Industrieindustrie
- Verstehen und Wissen, wie man über die Kritik an kulturellen Praktiken reflektiert
- Erforschen kultureller Phänomene
- Erweitern und Untersuchen der Komponenten und Ursprünge für die Verbreitung von Kultur
- Kennen, Verstehen und Studieren von kulturellen und sozialen Phänomenen und Methoden
- Analysieren von künstlerischen Sprachen und kulturellen Codes, um verschiedene künstlerische und kulturelle Themen interpretieren und kritisieren zu können
- Identifizieren der Prozesse des Kulturjournalismus, um sie später anwenden zu können
- Kennen und Verstehen der Produktionstechniken der verschiedenen Kunst- und Kulturindustrien
- Entwickeln der entsprechenden Kenntnisse zur Entwicklung von Techniken in traditionellen und neuen Ausstellungsmedien
- Wecken einer kritischen Haltung gegenüber der Hybridisierung von Technik und den vielfältigen Plattformen, die als Behälter für die Übermittlung einer künstlerischen Botschaft dienen
- Beurteilen insbesondere im beruflichen und akademischen Bereich von Kultur und Kommunikation auf der Grundlage von Kriterien, externen Standards oder persönlichen Überlegungen
- Kennen und Identifizieren der wichtigsten Strömungen und Theorien, die das kulturelle Phänomen aus konzeptioneller, methodologischer und forschungsbezogener Sicht formalisieren und kritisieren



Sie werden Ihre beruflichen Ziele mit Hilfe der didaktischen Instrumente von TECH erreichen, darunter interaktive Zusammenfassungen und Fallstudien“

03

Kursleitung

TECH hat sich zum Ziel gesetzt, die vollständigsten und am aktuellsten Studiengänge auf dem akademischen Markt anzubieten, und wählt daher die Lehrkräfte für ihre Programme sorgfältig aus. Bei diesem Universitätskurs können sie auf echte Spezialisten auf dem Gebiet des Kulturjournalismus zählen. Diese Fachkräfte zeichnen sich durch ihr fundiertes Wissen in Bereichen wie Marketing und Datenanalyse sowie durch ihre umfassende Berufserfahrung in der Kommunikationsbranche aus. Diese Experten, die sich der Lehre verschrieben haben, bringen die neuesten Entwicklungen bei der Übertragung von Informationen in der digitalen Welt in die Unterrichtsmaterialien ein.



“

Mit der Unterstützung der Dozenten werden Sie in eine Welt der Möglichkeiten eintauchen, in der Marketing und Kulturjournalismus verschmelzen, um eine nachhaltige Wirkung auf die Verbraucher zu erzielen“

Internationaler Gastdirektor

Katherine Anne Roiphe ist eine prominente amerikanische **Autorin** und **Journalistin**, die für ihre **intelligenten kulturellen Analysen** und scharfsinnigen literarischen Werke bekannt ist. Sie erlangte **internationale Bekanntheit** mit ihrem einflussreichen Sachbuch *The Morning After: Sex, Fear, and Feminism on Campus*. In diesem Werk stellte sie die **konventionelle feministische Sichtweise** der sexuellen Dynamik auf dem Campus in Frage und provozierte Debatten über akademische Institutionen und deren Verantwortlichkeit.

Im Rahmen ihrer Erforschung von **Moral** und **gesellschaftlichen Normen** schrieb Roiphe *Last Night in Paradise: Sex and Morals at the Century's End*, gefolgt von *Uncommon Arrangements*, einer fesselnden Studie über die **Ehe** in **Londoner Literaturkreisen**. Ihre Vielseitigkeit als Schriftstellerin erstreckt sich auch auf die **Belletristik**, mit dem Roman *Still She Haunts Me*, in dem sie die komplexe Beziehung zwischen Lewis Carroll und Alice Liddell neu interpretiert.

Neben ihren literarischen Errungenschaften hat sie für renommierte Publikationen wie **Vogue**, **Harper's** und **The New York Times** Beiträge verfasst, in denen sie ihre direkten Beobachtungen zu **Kultur** und **Politik** darlegt. Ihre akademischen Fähigkeiten haben sie auch an das Journalismusinstitut Arthur L. Carter der New York University geführt, wo sie das **Programm für Kulturberichterstattung und -kritik** leitet.

Roiphe wuchs als Tochter des **Psychoanalytikers** Herman Roiphe und der **bekanntem Feministin** Anne Roiphe auf, was den Grundstein für ihre **intellektuellen Interessen** legte. Darüber hinaus besuchte sie die renommierte Brearley School, bevor sie am Radcliffe Campus der Harvard University ihren Hochschulabschluss machte. Außerdem **promovierte** sie in **englischer Literatur** an der Princeton University. Ein umfangreiches Werk und eine beneidenswerte akademische Laufbahn machen diese prominente Essayistin zu einer **führenden Stimme** im **zeitgenössischen kulturellen Diskurs**, die den Leser herausfordert und dazu anregt, lang gehegte Überzeugungen zu überdenken.



Dr. Roiphe, Katherine Anne

- Direktorin des Programms für Kulturberichterstattung und -kritik an der New York University, USA
- Essayistin und Kulturkritikerin für Publikationen wie Vogue, Harper's und The New York Times
- Autorin mehrerer Romane und Sachbücher, darunter *The Morning After: Sex, Fear, and Feminism on Campus* und *Still She Haunts Me*
- Professorin am Journalismusinstitut Arthur L. Carter der New York University
- Promotion in englischer Literatur an der Princeton University
- Hochschulabschluss in Literatur an der Harvard University

“

*Dank TECH werden Sie
mit den besten Experten
der Welt lernen können“*

Leitung



Dr. Tobajas Gracia, María

- ♦ Journalistin und Expertin für Kulturjournalismus
- ♦ Leiterin für Kommunikation und Soziale Medien an der Filmhochschule Un Perro Andaluz
- ♦ *Social Media Manager* bei Fraternidad-Muprespa
- ♦ Redakteurin bei Actúa Aragón
- ♦ Moderatorin und Redakteurin bei Radio Ebro
- ♦ Assistenz-Fotografin in einem Fotostudio
- ♦ Promotion in Kommunikation an der Universität San Jorge
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität San Jorge
- ♦ Masterstudiengang in Digitales Marketing und Social Media an der Fernuniversität von Madrid



Struktur und Inhalt

Dieser Studiengang wird Kulturjournalisten mit den neuesten Techniken des Marketings und der Datenanalyse ausstatten, damit ihre Beiträge beim Publikum ankommen. Der Studiengang wird sich auf Themen wie Kunst als Marktprodukt, aktuelle Entwicklungen in den wichtigsten Kulturindustrien oder die Bedeutung der Forschung als zentrales Hilfsmittel des Marketings konzentrieren. Darüber hinaus werden im Rahmen des Lehrplans auch die Grundlagen von Informationsvisualisierungsmodellen eingehend behandelt. Auf diese Weise erwerben die Studenten die Fähigkeit, mit Hilfsmitteln zur Datenanalyse umzugehen und relevante Metriken zu interpretieren, um die Präferenzen des Publikums zu verstehen.

...pero
...nigo de
...s, Johann
...se destaca en la
...na como el fundador
...de Hydra.

ARNIM ZOLA
Bioquímico de Hydra
especialista en la transfe-
rencia de conciencias a
cuerpos nuevos. El actor
Toby Jones le da vida a
este supervillano.

El costo de la producción de la película
vengador fue de **3 millones de dólares.**

↳ **BETSABÉ GOVEA**
/ **LUIS DURÁN**
@Bethsha

La pantalla se llenará de emoción con el estreno de *Capitán América*, historia basada en un superhéroe, que con coraje intenta cambiar el dominio Nazi en el continente europeo.

Steve Rogers surge de la pobreza y lucha en contra su debilidad. Con decisión se enlista en el ejército, pero la falta de carácter hace que sea rechazado, sin embargo es convocado para ser parte de un experimento especial y secreto.

gador, ya conquistó las taquillas de EU recaudando 68 millones de dólares, dejando en el segundo escalón a *Harry Potter y las Reliquias de la Muerte Parte 2*.

Este será otro cómic que reciba el cine con adaptación para chicos y grandes, se espera los asistentes este viernes a las salas mexicanas queden satisfechos con el filme y rompa límites en las taquillas de tierras aztecas. **B**

...ES 'BUCKY' BARNES

El joven huérfano amigo de Steve Rogers y compañero de batalla del Capitán América será interpretado por Sebastian Stan.

...LA: **EL PRIMER**
VENGADOR



LOS COMANDOS AULLADORES

La unidad especial formada por Nick Fury en los cómics de los 60's hace su aparición para enfrentar las tropas de Hydra.

DOR



Chris Evans | **Steve Rogers**

De acuerdo con Marvel, Evans...
casi de la misma manera...

70 años de...

iluminación...



Sie werden die innovativsten Hilfsmittel der Datenanalyse beherrschen, um das Nutzerverhalten zu verstehen und die wirkungsvollsten Informationskampagnen zu erstellen"

Modul 1. Kulturforschung, Management und Marketing

- 1.1. Einführung in das Marketing
 - 1.1.1. Die 4 P's
 - 1.1.1.1. Marketing-Grundlagen
 - 1.1.1.2. Der Marketing-Mix
 - 1.1.1.3. Die Notwendigkeit (oder Nichtnotwendigkeit) von Marketing auf dem Kulturmarktplatz
 - 1.1.2. Marketing und Konsumverhalten
 - 1.1.2.1. Qualität als übergreifender Faktor bei Informationsprodukten
- 1.2. Marketing und Wert: Kunst um der Kunst willen, Kunst im Rahmen ideologischer Agenden und Kunst als Marktprodukt
 - 1.2.1. Kunst um der Kunst willen
 - 1.2.1.1. Die Kunst der Massen. Die Homogenität der Kunst und ihr Wert
 - 1.2.1.2. Wird Kunst für die Medien geschaffen, oder vermitteln die Medien Kunst?
 - 1.2.2. Kunst innerhalb ideologischer Programme
 - 1.2.2.1. Kunst, Politik und Aktivismus
 - 1.2.2.2. Grundlegende Symbolik in der Kunst
 - 1.2.3. Kunst als Marktprodukt
 - 1.2.3.1. Kunst in der Werbung
 - 1.2.3.2. Kulturmanagement für eine erfolgreiche Entwicklung der Arbeit
- 1.3. Marketing der wichtigsten Kulturindustrien
 - 1.3.1. Aktuelle Trends in den wichtigsten Kulturindustrien
 - 1.3.1.1. Die in den Unternehmen vertretenen Bedürfnisse der Verbraucher
 - 1.3.1.2. Erfolgreiche Kulturprodukte in den Medien
 - 1.3.2. Forschung als zentrales Marketinginstrument
 - 1.3.2.1. Sammeln von Markt- und Verbraucherdaten
 - 1.3.2.2. Differenzierung im Vergleich zum Wettbewerb
 - 1.3.2.3. Andere Forschungsstrategien
- 1.4. Die Zukunft des kulturellen Marketings
 - 1.4.1. Die Zukunft des kulturellen Marketings
 - 1.4.1.1. Trends im kulturellen Marketing
 - 1.4.1.2. Die Kulturprodukte mit dem größten Marktpotenzial



Modul 2. Visualisierung von Daten im Kulturjournalismus

- 2.1. Visuelles Layout der Informationen
 - 2.1.1. Die Grundlagen der Informationsvisualisierungsmodelle
 - 2.1.1.1. Das Bild in der Presse
 - 2.1.1.2. Die Visualisierung von Informationen
- 2.2. Entwicklung der journalistischen Infografik
 - 2.2.1. Infografiken in der Presse, Präzisionsjournalismus und analytische Visualisierung
 - 2.2.1.1. Infografiken in der Presse
 - 2.2.1.2. Präzisionsjournalismus
 - 2.2.1.3. Analytische Visualisierung
- 2.3. Klassifizierung von Infografiken
 - 2.3.1. Auf dem Weg zu einem neuen journalistischen Modell
 - 2.3.1.1. Digitalisierung von Daten
 - 2.3.1.2. Die Interaktion von Daten in den Medien. Von der Werbung zur Information
 - 2.3.2. Analytische Visualisierung und die Informationsgesellschaft
 - 2.3.2.1. Eliminierung des Überflüssigen
 - 2.3.2.2. Tabellen, Diagramme, Schaubilder, Karten, Datenfelder, Infografiken, Infoerzählungen
- 2.4. Die Rolle des Journalismus- und Infografik-Experten
 - 2.4.1. Aufbau einer Infografik-Rubrik in den verschiedenen Medien
 - 2.4.1.1. Tools für die Erstellung von Infografiken
 - 2.4.1.2. Anpassung der Informationen an die Medien
 - 2.4.1.3. Die Agentur für Infografiken
- 2.5. Digitalisierung und Interaktivität
 - 2.5.1. Interaktive Visualisierung in einer multimedialen und plattformübergreifenden Welt
 - 2.5.1.1. Interaktive Visualisierung
 - 2.5.1.2. Grundlegende Prinzipien des Interaktionsdesigns
 - 2.5.1.3. Multimedialität
- 2.6. Elemente von Infografiken im Journalismus
 - 2.6.1. Auswahl und Planung. Daten und Informationen. Arbeitsteilung. Alltägliche Arbeit. Die Wahl der Software. Texte: Überschriften und Hauptteil der Informationen. Illustrationen. Fonts. Die Unterschrift
 - 2.6.1.1. Auswahl und Planung. Daten und Informationen. Arbeitsteilung. Alltägliche Arbeit.
 - 2.6.1.2. Texte: Überschriften und Hauptteil der Informationen
 - 2.6.1.3. Illustrationen. Fonts. Die Unterschrift
 - 2.6.2. Die Bedeutung der typografischen Auswahl. Farben und Größe sind ebenfalls Informationen
 - 2.6.2.1. Die Bedeutung der typografischen Auswahl
 - 2.6.2.2. Farben und Größe



Ein intensives Universitätsprogramm, das Sie mit den neuesten Trends der Datenanalyse im Kulturjournalismus vertraut macht. Schreiben Sie sich jetzt ein!"

05

Studienmethodik

TECH ist die erste Universität der Welt, die die Methodik der **case studies** mit **Relearning** kombiniert, einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf geführten Wiederholungen basiert.

Diese disruptive pädagogische Strategie wurde entwickelt, um Fachleuten die Möglichkeit zu bieten, ihr Wissen zu aktualisieren und ihre Fähigkeiten auf intensive und gründliche Weise zu entwickeln. Ein Lernmodell, das den Studenten in den Mittelpunkt des akademischen Prozesses stellt und ihm die Hauptrolle zuweist, indem es sich an seine Bedürfnisse anpasst und die herkömmlichen Methoden beiseite lässt.



“

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

Der Student: die Priorität aller Programme von TECH

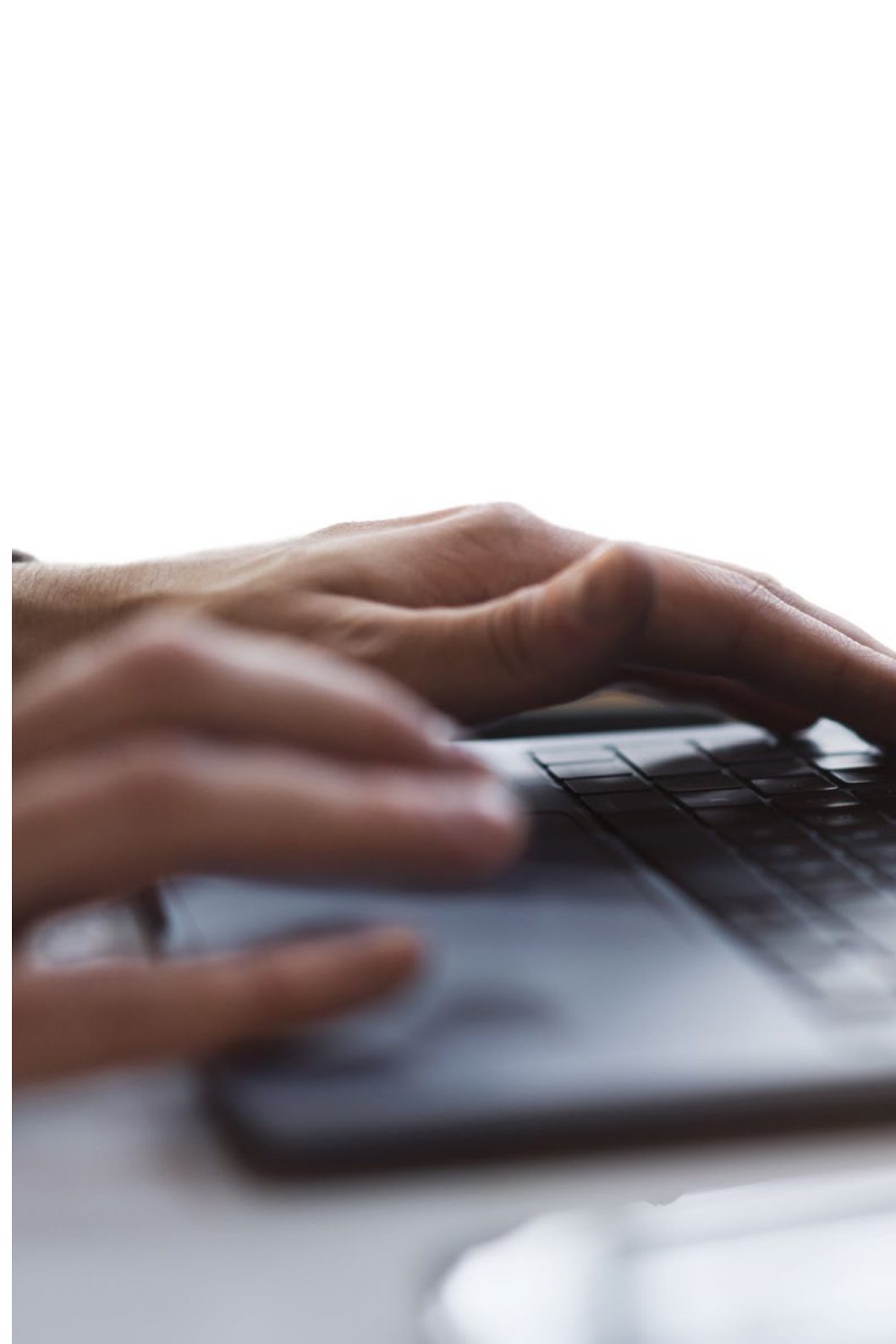
Bei der Studienmethodik von TECH steht der Student im Mittelpunkt.

Die pädagogischen Instrumente jedes Programms wurden unter Berücksichtigung der Anforderungen an Zeit, Verfügbarkeit und akademische Genauigkeit ausgewählt, die heutzutage nicht nur von den Studenten, sondern auch von den am stärksten umkämpften Stellen auf dem Markt verlangt werden.

Beim asynchronen Bildungsmodell von TECH entscheidet der Student selbst, wie viel Zeit er mit dem Lernen verbringt und wie er seinen Tagesablauf gestaltet, und das alles bequem von einem elektronischen Gerät seiner Wahl aus. Der Student muss nicht an Präsenzveranstaltungen teilnehmen, die er oft nicht wahrnehmen kann. Die Lernaktivitäten werden nach eigenem Ermessen durchgeführt. Er kann jederzeit entscheiden, wann und von wo aus er lernen möchte.

“

*Bei TECH gibt es KEINE Präsenzveranstaltungen
(an denen man nie teilnehmen kann)“*



Die international umfassendsten Lehrpläne

TECH zeichnet sich dadurch aus, dass sie die umfassendsten Studiengänge im universitären Umfeld anbietet. Dieser Umfang wird durch die Erstellung von Lehrplänen erreicht, die nicht nur die wesentlichen Kenntnisse, sondern auch die neuesten Innovationen in jedem Bereich abdecken.

Durch ihre ständige Aktualisierung ermöglichen diese Programme den Studenten, mit den Veränderungen des Marktes Schritt zu halten und die von den Arbeitgebern am meisten geschätzten Fähigkeiten zu erwerben. Auf diese Weise erhalten die Studenten, die ihr Studium bei TECH absolvieren, eine umfassende Vorbereitung, die ihnen einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil verschafft, um in ihrer beruflichen Laufbahn voranzukommen.

Und das von jedem Gerät aus, ob PC, Tablet oder Smartphone.

“

Das Modell der TECH ist asynchron, d. h. Sie können an Ihrem PC, Tablet oder Smartphone studieren, wo immer Sie wollen, wann immer Sie wollen und so lange Sie wollen“

Case studies oder Fallmethode

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftshochschulen der Welt. Sie wurde 1912 entwickelt, damit Studenten der Rechtswissenschaften das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernten, sondern auch mit realen komplexen Situationen konfrontiert wurden. Auf diese Weise konnten sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Bei diesem Lehrmodell ist es der Student selbst, der durch Strategien wie *Learning by doing* oder *Design Thinking*, die von anderen renommierten Einrichtungen wie Yale oder Stanford angewandt werden, seine berufliche Kompetenz aufbaut.

Diese handlungsorientierte Methode wird während des gesamten Studiengangs angewandt, den der Student bei TECH absolviert. Auf diese Weise wird er mit zahlreichen realen Situationen konfrontiert und muss Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und seine Ideen und Entscheidungen verteidigen. All dies unter der Prämisse, eine Antwort auf die Frage zu finden, wie er sich verhalten würde, wenn er in seiner täglichen Arbeit mit spezifischen, komplexen Ereignissen konfrontiert würde.



Relearning-Methode

Bei TECH werden die *case studies* mit der besten 100%igen Online-Lernmethode ergänzt: *Relearning*.

Diese Methode bricht mit traditionellen Lehrmethoden, um den Studenten in den Mittelpunkt zu stellen und ihm die besten Inhalte in verschiedenen Formaten zu vermitteln. Auf diese Weise kann er die wichtigsten Konzepte der einzelnen Fächer wiederholen und lernen, sie in einem realen Umfeld anzuwenden.

In diesem Sinne und gemäß zahlreicher wissenschaftlicher Untersuchungen ist die Wiederholung der beste Weg, um zu lernen. Aus diesem Grund bietet TECH zwischen 8 und 16 Wiederholungen jedes zentralen Konzepts innerhalb ein und derselben Lektion, die auf unterschiedliche Weise präsentiert werden, um sicherzustellen, dass das Wissen während des Lernprozesses vollständig gefestigt wird.

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.



Ein 100%iger virtueller Online-Campus mit den besten didaktischen Ressourcen

Um seine Methodik wirksam anzuwenden, konzentriert sich TECH darauf, den Studenten Lehrmaterial in verschiedenen Formaten zur Verfügung zu stellen: Texte, interaktive Videos, Illustrationen und Wissenskarten, um nur einige zu nennen. Sie alle werden von qualifizierten Lehrkräften entwickelt, die ihre Arbeit darauf ausrichten, reale Fälle mit der Lösung komplexer Situationen durch Simulationen, dem Studium von Zusammenhängen, die für jede berufliche Laufbahn gelten, und dem Lernen durch Wiederholung mittels Audios, Präsentationen, Animationen, Bildern usw. zu verbinden.

Die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse auf dem Gebiet der Neurowissenschaften weisen darauf hin, dass es wichtig ist, den Ort und den Kontext, in dem der Inhalt abgerufen wird, zu berücksichtigen, bevor ein neuer Lernprozess beginnt. Die Möglichkeit, diese Variablen individuell anzupassen, hilft den Menschen, sich zu erinnern und Wissen im Hippocampus zu speichern, um es langfristig zu behalten. Dies ist ein Modell, das als *Neurocognitive context-dependent e-learning* bezeichnet wird und in diesem Hochschulstudium bewusst angewendet wird.

Zum anderen, auch um den Kontakt zwischen Mentor und Student so weit wie möglich zu begünstigen, wird eine breite Palette von Kommunikationsmöglichkeiten angeboten, sowohl in Echtzeit als auch zeitversetzt (internes Messaging, Diskussionsforen, Telefondienst, E-Mail-Kontakt mit dem technischen Sekretariat, Chat und Videokonferenzen).

Darüber hinaus wird dieser sehr vollständige virtuelle Campus den Studenten der TECH die Möglichkeit geben, ihre Studienzeiten entsprechend ihrer persönlichen Verfügbarkeit oder ihren beruflichen Verpflichtungen zu organisieren. Auf diese Weise haben sie eine globale Kontrolle über die akademischen Inhalte und ihre didaktischen Hilfsmittel, in Übereinstimmung mit ihrer beschleunigten beruflichen Weiterbildung.



Der Online-Studienmodus dieses Programms wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen“

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Studenten, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studenten ermöglichen, sich besser in die reale Welt zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.

Die von ihren Studenten am besten bewertete Hochschulmethodik

Die Ergebnisse dieses innovativen akademischen Modells lassen sich an der Gesamtzufriedenheit der Absolventen der TECH ablesen.

Die Studenten bewerten die Qualität der Lehre, die Qualität der Materialien, die Kursstruktur und die Ziele als hervorragend. So überrascht es nicht, dass die Einrichtung von ihren Studenten auf der Bewertungsplattform Trustpilot mit 4,9 von 5 Punkten am besten bewertet wurde.

Sie können von jedem Gerät mit Internetanschluss (Computer, Tablet, Smartphone) auf die Studieninhalte zugreifen, da TECH in Sachen Technologie und Pädagogik führend ist.

Sie werden die Vorteile des Zugangs zu simulierten Lernumgebungen und des Lernens durch Beobachtung, d. h. Learning from an expert, nutzen können.



In diesem Programm stehen Ihnen die besten Lehrmaterialien zur Verfügung, die sorgfältig vorbereitet wurden:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachkräften, 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 ein audiovisuelles Format übertragen, das unsere Online-Arbeitsweise mit den neuesten Techniken ermöglicht, die es uns erlauben, Ihnen eine hohe Qualität in jedem der Stücke zu bieten, die wir Ihnen zur Verfügung stellen werden.



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.



Interaktive Zusammenfassungen

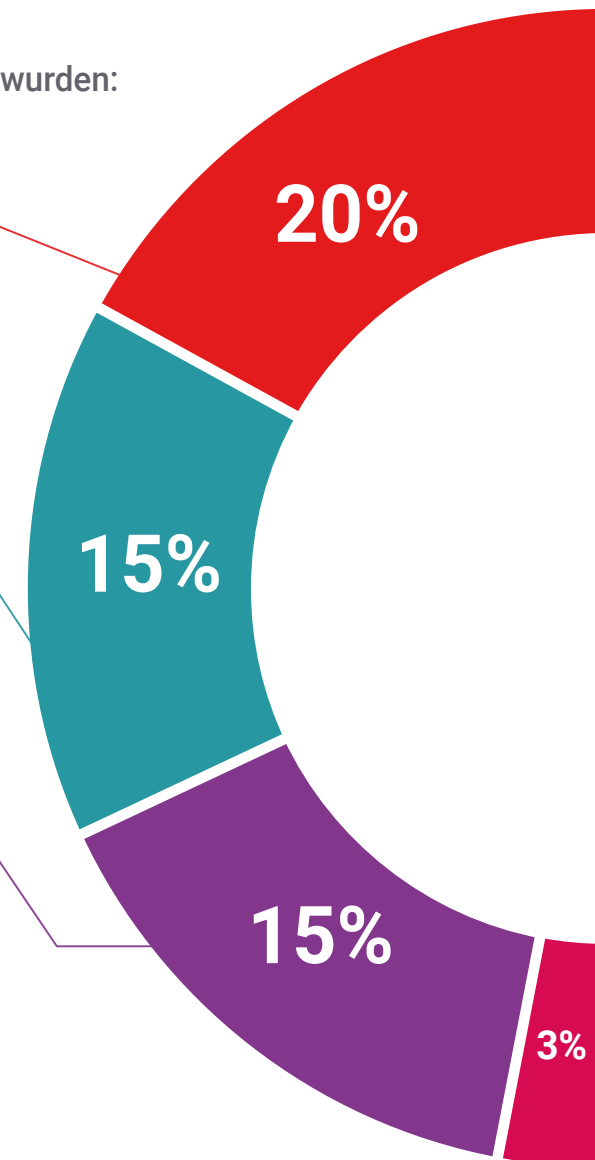
Wir präsentieren die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, Audios, Videos, Bildern, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu festigen.

Dieses einzigartige System für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als „Europäische Erfolgsgeschichte“ ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente, internationale Leitfäden... In unserer virtuellen Bibliothek haben Sie Zugang zu allem, was Sie für Ihre Ausbildung benötigen.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten *case studies* zu diesem Thema bearbeiten. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Testing & Retesting

Während des gesamten Programms werden Ihre Kenntnisse in regelmäßigen Abständen getestet und wiederholt. Wir tun dies auf 3 der 4 Ebenen der Millerschen Pyramide.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte *Learning from an Expert* stärkt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen in unsere zukünftigen schwierigen Entscheidungen.



Kurzanleitungen zum Vorgehen

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Marketing und Datenanalyse im Kulturjournalismus 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 **Universitätskurs in Marketing und Datenanalyse im Kulturjournalismus** 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: **Universitätskurs in Marketing und Datenanalyse im Kulturjournalismus**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Wochen**



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

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovationen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Marketing und Datenanalyse
im Kulturjournalismus

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

Marketing und Datenanalyse im Kulturjournalismus

