

# Universitätskurs

## Nachrichtenunternehmen





**tech** technologische  
universität

## Universitätskurs

### Nachrichtenunternehmen

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

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/nachrichtenunternehmen](http://www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/nachrichtenunternehmen)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

---

Seite 12

04

Methodik

---

Seite 16

05

Qualifizierung

---

Seite 24

# 01

# Präsentation

Das Ziel des Programms Nachrichtenunternehmen ist es, dass die Studenten die Organisation von Presseunternehmen kennenlernen und einen Einblick in die wirtschaftlichen und geschäftlichen Rahmenbedingungen dieser Unternehmen erhalten. Diese Fortbildung dient der Spezialisierung von Fachleuten des Journalismus auf diesem Gebiet und dem Fördern der neuesten Fähigkeiten, Techniken und Trends.





“

*Werden Sie ein hervorragender  
Journalist und lernen Sie zu  
berichten, was in der Welt passiert”*

Das Studium des Journalismus ist eines der gefragtesten an allen Universitäten, da dieser Beruf einen großen Einfluss auf die Bevölkerung hat und seit seinen Anfängen eine große Bedeutung besitzt. Der Journalismus umfasst verschiedene Bereiche: Soziales, Kultur, Wirtschaft, Sport, Internationales, Ereignisse, Konflikte usw. Daher müssen sich die Fachleute in diesem Bereich spezialisieren, um die Geschichten auf die jeweils am besten geeignete Weise zu erzählen.

Außerdem kann die Übertragung von Informationen über verschiedene Medien erfolgen. Konkret zielt dieses Programm auf die Fortbildung der Studenten im Bereich Nachrichtenunternehmen ab. Dazu ist es notwendig, eine Reihe von Kompetenzen zu erwerben, die es ermöglichen, das Gelernte in die Praxis umzusetzen.

Der Lehrplan konzentriert sich unter anderem auf die Entwicklung und Organisation eines Nachrichtenunternehmens, die Vermarktung des Produkts, Einnahmen und Ausgaben, den Geschäftsplan, das Nachrichtenmarketing, die Ausstrahlung und das Publikum, das Personalwesen und die Unternehmensführung.

Dieses Programm ist das vollständigste und zielt darauf ab, Fachleuten im Bereich des Journalismus und der Kommunikation zu helfen, ein höheres Leistungsniveau zu erreichen, basierend auf den Grundlagen und den neuesten Trends in Nachrichtenunternehmen. Nutzen Sie die Gelegenheit und werden Sie mit diesem akademischen Programm und der neuesten 100%igen Online-Bildungstechnologie ein Profi mit soliden Grundlagen.

Dieser **Universitätskurs in Nachrichtenunternehmen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten in Nachrichtenunternehmen vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden im Bereich Nachrichtenunternehmen.
- ♦ Das interaktive Lernsystem, welches auf Algorithmen zur Entscheidungsfindung in gegebenen Situationen basiert
- ♦ 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



*Dieses Programm wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Fähigkeiten zu verbessern und ein erfolgreicher Journalist zu werden"*

“

*Dieses Programm ist die perfekte Ergänzung zu Ihren Kenntnissen im Bereich Nachrichtenunternehmen"*

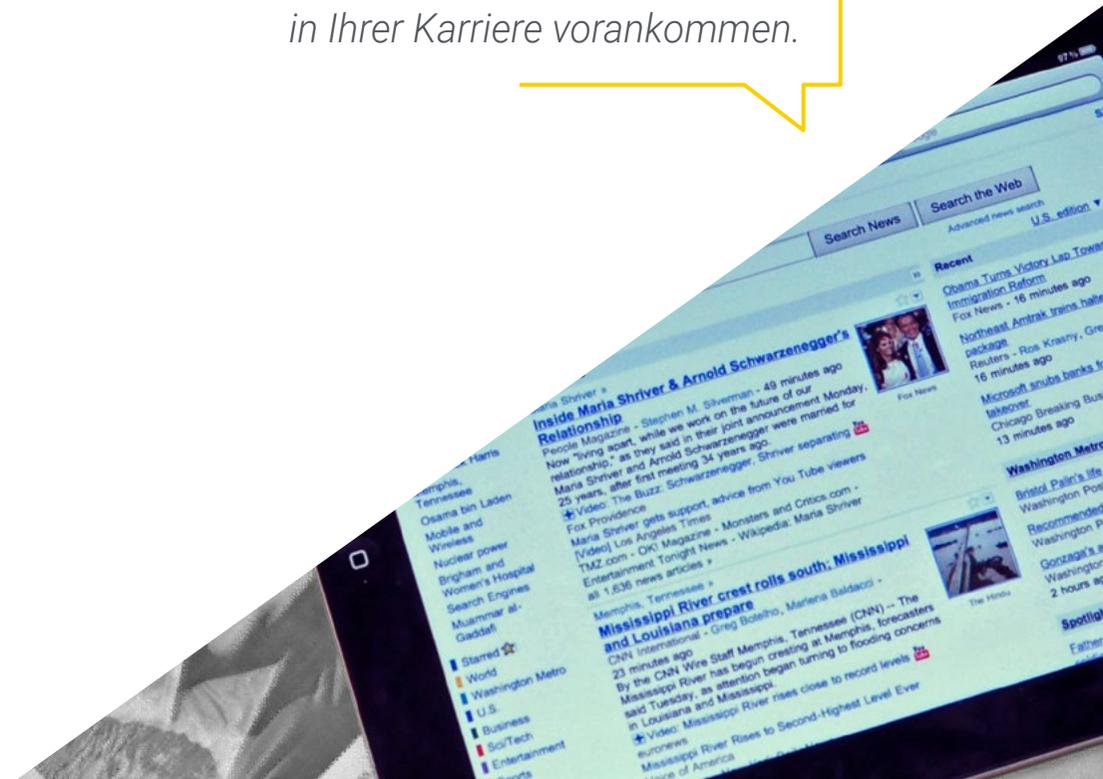
*Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, Ihre Kompetenzen in Nachrichtenunternehmen zu erweitern.*

*Schließen Sie sich unserer Gemeinschaft von Studenten an und Sie werden sehen, wie Sie in Ihrer Karriere vorankommen.*

Zu den Dozenten gehören Fachleute aus der Welt des Journalismus, die ihre Erfahrungen aus ihrer Arbeit in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, ermöglichen der Fachkraft ein situierendes und kontextbezogenes Lernen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Lernen in realen Situationen ermöglicht.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem der Student versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die ihm gestellt werden. Dabei wird die Fachkraft von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten und erfahrenen Experten im Bereich Nachrichtenunternehmen entwickelt wurde.



# 02 Ziele

Dieses Programm richtet sich an Fachleute aus dem Bereich des Journalismus, damit sie sich das nötige Rüstzeug aneignen können, um sich in diesem speziellen Bereich weiterzuentwickeln, die neuesten Trends zu kennen und sich mit den Themen zu befassen, die in diesem Bereich an vorderster Front stehen.





“

*Der Universitätskurs in  
Nachrichtenunternehmen wird es  
Ihnen ermöglichen, Ihre Fähigkeiten  
in diesem Bereich zu erweitern”*



## Allgemeines Ziel

---

- ♦ Identifizieren der Funktionen und Strategien, die von Organisationen eingesetzt werden, um in den Medien präsent zu sein oder um eine bessere Kommunikation mit ihren Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern zu fördern



*Schreiben Sie sich für den besten Universitätskurs in Nachrichtenunternehmen ein, den es derzeit gibt*





## Spezifische Ziele

---

- Verstehen der Theorien von Werbung, Marketing, Public Relations und Unternehmenskommunikation
- Verstehen der notwendigen Mechanismen auf organisatorischer Ebene, um die verschiedenen Aspekte eines Medienunternehmens und seine Leistung in einem globalisierten Kontext zu entwickeln
- Kennen der verschiedenen Arten von Nachrichtenunternehmen
- Verstehen, wie ein Nachrichtenunternehmen aufgebaut ist

03

# Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von einem Team von Fachleuten aus dem Bereich Journalismus entworfen, die sich der Relevanz der Aktualität der Fortbildung bewusst sind, um das Wissensgebiet zu vertiefen, damit eine professionelle Qualitätsarbeit unter Verwendung der neuen verfügbaren Werkzeuge geleistet werden kann.



“

*Wir verfügen über das umfassendste und aktuellste Fortbildungsprogramm auf dem Markt. Wir streben nach Exzellenz und wollen, dass auch Sie sie erreichen”*

## Modul 1. Nachrichtenunternehmen

- 1.1. Konzept und Entwicklung des Nachrichtenunternehmens
  - 1.1.1. Was ist ein Nachrichtenunternehmen?
  - 1.1.2. Merkmale des Nachrichtenunternehmens
  - 1.1.3. Arten von Nachrichtenunternehmen
- 1.2. Organisation von Nachrichtenunternehmen
  - 1.2.1. Einführung
  - 1.2.2. Was ist die Organisation eines Unternehmens
  - 1.2.3. Wie ist ein Nachrichtenunternehmen aufgebaut?
  - 1.2.4. Modelle von Organisationsstrukturen
- 1.3. Multimediale Struktur des Nachrichtenunternehmens
  - 1.3.1. Einführung
  - 1.3.2. Multimediale Struktur des Informationsunternehmens
  - 1.3.3. Vom Nachrichtenunternehmen zum Multimedia-Konglomerat
  - 1.3.4. Medienkonzentration: Ursachen und Folgen
  - 1.3.5. Große Medienkonzerne
- 1.4. Vermarktung des Produkts des Nachrichtenunternehmens
  - 1.4.1. Einführung
  - 1.4.2. Merkmale des Marketings in einem Nachrichtenunternehmen
  - 1.4.3. Marketing je nach Vertriebskanal
  - 1.4.4. Marketing im digitalen Unternehmen
- 1.5. Einnahmen und Ausgaben im Nachrichtenunternehmen
  - 1.5.1. Einführung
  - 1.5.2. Das Nachrichtenunternehmen im wirtschaftlichen Umfeld
  - 1.5.3. Produktionszyklus in einem Nachrichtenunternehmen
  - 1.5.4. Wirtschaftliche Struktur des Nachrichtenunternehmens
- 1.6. Der Plan des Nachrichtenunternehmens
  - 1.6.1. Einführung
  - 1.6.2. Die Umstände des Unternehmertums und der Selbständigkeit auf dem Informationsmarkt
  - 1.6.3. Die Gründung eines Nachrichtenunternehmens
  - 1.6.4. Der Plan des Nachrichtenunternehmens
  - 1.6.5. Wirtschaftliche Möglichkeiten des Nachrichtenunternehmens
- 1.7. Informationsmarketing und strategische Planung
  - 1.7.1. Einführung
  - 1.7.2. Was ist Marketing?
  - 1.7.3. Operatives Marketing
  - 1.7.4. 4Ps des Marketings
- 1.8. Vertrieb und Werbung für das Informationsprodukt
  - 1.8.1. Einführung
  - 1.8.2. Der Raumaufbau
  - 1.8.3. Förderung von Informationsprodukten: Verkaufsförderung und Werbeförderung
- 1.9. Verbreitung von Informationen und Publikum
  - 1.9.1. Einführung
  - 1.9.2. Was verstehen wir unter Verbreitung von Informationen?
  - 1.9.3. Wozu dient die Verbreitung von Informationen
  - 1.9.4. Indikatoren für Verbreitung und Publikum
- 1.10. Personalwesen und Unternehmensführung
  - 1.10.1. Einführung
  - 1.10.2. Die Verantwortung des Nachrichtenunternehmens in der Personalverwaltung
  - 1.10.3. Arbeitsmotivation
  - 1.10.4. Das Management des Nachrichtenunternehmens

# Wap-bap, ba-da-di-tia-ua

**G**esch treffe ich Bianca Heinicke, besser bekannt als Bibi H., was ich normalerweise locker hinterfragen würde, hätte ich nicht den Fehler gemacht, meinen Töchtern davon zu erzählen. Ich gebe zu, ich wollte etwas anregen, als ich beim Abendessen sagte: „Übermorgen treffe ich Bibi.“ Das hat ich jetzt davon. Jetzt begleiten mich die Autogrammwünsche und unangenehmen Erwartungen von zwei hübschen Berliner Schulknaben. Leistungsdruck, verdammt.

VON KATHRIN SPÖRR

Bibi ist nicht mehr so ganz meine Alters- und ich bin nicht ihre Zielgruppe. Ihre Zielgruppe sind Mädchen ab sagen wir sechs Jahren. Wo die Zielgruppe endet, hängt sehr von einzelnen Mädchen und seiner Bereitschaft ab. Mädchen bleiben zu wollen. Einige finden sich schon mit elf zu alt für Bibi, andere immer noch so alt wie Bibi selbst, aber immer noch klein genug für sie.

Wap-bap, ba-da-di-tia-ua  
Nicht wundern über dieses „Wap-bap“. So heißt der neue Song von Bibi. Es ist schwarz, bis aus dem Kopf zu kriegen, aber es einmal drin ist, in dem Song geht es um nicht viel. Um ein Mädchen, das gerade Pech hat, was aber nichts den Griff kriegt. Der Song kam vor einer Woche raus, und es gab Riesengemeckere deswegen. Außerdem riss er alle erdenklichen Rekorde: Das Gemecker ist der Grund, warum ich Bibi gleich treffe.

Sie werden dieses Lied wahrscheinlich nicht kennen, wenn Sie nicht zufällig minderjährige Töchter haben, oder andersrum: Wenn Sie minderjährige Töchter haben, werden Sie wahrscheinlich so weit diesen Song als auch Bibi kennen. Bibi vielleicht schon seit Jahren, wenn auch möglicherweise eher vom Waghörn, wie ich.

Waghörn ist die einzige Möglichkeit, wie Eltern die Vorlese ihrer Töchter für Bibi ausblenden könnten. Bibi liest seit fünf Jahren den YouTube-Kanal „Bibis Beautyplace“. Mehrmals pro Woche stellt sie hier Videos ein, in denen es um nichts geht und um alles: Wie Bibi ein Kauf, verweist, wohnt, schläft und wieder aufsteht. Darum, wie sie gerade die Haare trägt, die Wimpern trübe, die Lippen,

Abseits der Aufmerksamkeit der Erwachsenen prägt Bibi H. seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song für Aufsehen. Ein Besuch

die Wangen, die was auch immer schminkt. (Ja handelt es sich um die hochkaristische Bespielung des Private Boss der Kunstfigur Bibi, die vielleicht in Wahrheit gar keine Kunstfigur, sondern wirklich so ist, wie sie sich darstellt, aber wer weiß das schon.)  
Ihre Videos beginnen immer mit den gleichen Worten, nämlich mit „Hallo! meine Lieben“, herausgepipst mit einer zu den Worten passgenauen Stimme. Vieelmehr als diese drei Worte kriegt es bisher selten von Bibi mit, weil ich meine Kinder dann stets sofort und sehr deutlich aufordere: „Bitte. Hör die Schwachheiten in euren Zimmern.“  
Letzte Woche kam dann Bibis Song heraus, seitdem interessieren sich auch Menschen jenseits der elf für Bibi. Der vollständige Titel ihres Liedes lautet: „How it is (Wap-bap...)“. Er brach mehrere Rekorde.

Und nun steht Bibi da, und sofort tut es mir leid, dass ich ihretwegen bereits das Wort Schwachheiten in den Mund genommen habe. Bibi trägt etwas sehr eignes Schwarzes und sieht total hübsch wie Sie sagt: „Hallo, ich bin Bibi“, und ich erkenne den Sound in ihrer Stimme, und es ist völlig in Ordnung. Auf dem Fußboden hockt Julian, Bibis Freund, der ab und zu lächelt und ansonsten mit seiner Handy beschäftigt ist. Wir gehen rüber zum Sofa und setzen uns nebeneinander, und trotz der „good vibrations“ kriege ich kurz einen heftigen Gähnerangriff, weil ich mich frag, über was ich mit Gutes Wollen so Minuten lang mit Bianca Heinicke reden soll! Über Schminktipp vielleicht oder über die lustigen Tricks (für die Eltern unter

und eine Art Streich) oder über die sehr Art, wie man sich an den niedlichen Nachbarn umarmen kann?  
Aber dann fällt mir gerade noch rechtzeitig ein, dass ich mithilfe meiner Tochter jede solche Frage in mein Notizbuch geschrieben habe, und die werde ich Bibi jetzt stellen, obwohl es eigentlich keine einzige Frage auf dieser Welt geben dürfte, die Bibi nicht schon in jeder beliebigen Minute beantwortet hat. Sie beantwortet jeden Tag in ihren Clips alle Fragen rund um ihr Leben, und zwar ohne dass jemand sie stellen würde. Wenn sich also jemand fragt, was Bibis Erfolgsgeheimnis ist, so lautet die Antwort: Genau das Reden über sich.

Ein paar Dutzend Bibi ist 24 Jahre alt. Ihren Kanal gibt es seit 2012, er hat 4,5 Millionen Abonnenten und über 1,8-Milliarden Aufrufe. Sie ist die erfolgreichste deutsche Frau auf YouTube. Ob sie das spontane Feministin je ein Loblied auf sie gesungen hätte, hat hier also nicht sehr lange Frau aus Köln im Paralleluniversum YouTube steil Karriere gemacht. Ihr Song wurde letzte Woche 9 Millionen mal bei YouTube abgerufen.

Wap-bap  
9 Millionen Mal! Das ist wahrscheinlich mehr, als die Beatles, die Stones und Abba zusammen auf YouTube erreicht haben. „Wap-bap“ ist ein schlichtes Lied mit einer einfachen kleinen Melodie. Sein Erfolg ist nicht leicht zu verstehen, aber es gefällt nun mal vielen Teenagern, was soll also das Gemecker?

Das Gemecker geht ungefähr so: Bibi ist peinlich. Bibi kann nicht singen. Bibi hat den Song geklaut. Alles Vorurteile, die vielleicht stimmen, vielleicht nicht. In Wahrheit geht es natürlich um etwas anderes: Es geht um Neid. Auf YouTube vieler Leute noch mehr als im sonstigen Leben.

Das Gemecker hat, wie so oft, mehr Aufmerksamkeit auf sich gezogen als der Aufmerksamkeits auf sich gezogen als der Erfolg. Das Video schaffte es mit 10 Millionen Aufrufen in wenigen Tagen in den Top-Ten-Liste, und zwar entsprechende in Deutschland weltweit – noch niemand in Deutschland hat etwas Ähnliches geschafft, vor allem hat es deutlich weniger Erfolgspromie gebracht. YouTube-Kontakten, die seit Tagen verneint versucht, auch ein bisschen von Bibi Erfolg zu profitieren. Folgerichtig hat Bibi den Laden sieben Millionen Klicks. „Frage haben mit gut gefallenen“ sagt Bibi. Und es ist ja auch klar, dass Bibi sagt Bibi. Und es ist ja auch klar, dass auf Platz 1 der „List of most disliked YouTube Videos“ steht übrigens Justin

Bieber, auf Platz 2 Miley Cyrus. Bibi zog also an Miley Cyrus vorbei auf Platz 6. Bibi vor Miley. Miley Cyrus ist Bibis Vorbild, und zwar schon immer. Das serviert Bibi mit jetzt, hier auf dem Sofa. Na ja, verraten klingt zwar gut, wenn ich an die Vermarktung des Gesangs spreche gegenüber meinen Töchtern, ist aber vielleicht ein bisschen übertrieben, denn sicherlich hat Bibi das mit Miley Cyrus auch schon x-mal erzählt. Was ich sagen will, ist eigentlich nur das: Es gibt keinen besonderen Grund, sich für Platz sechs auf dieser Liste zu schämen.

Auch darum: Es ist geldtechnisch völlig banane, ob jemand ein Video gern anschaut oder ob ihn beim Anschauen überhört. Der Klick ist eine wertvolle Ressource. Es gibt für Bibi also nicht nur keinen Grund, sich zu ärgern, sondern Millionen Gründe, sich zu freuen. Angeblich kriegen YouTuber pro 1000 Klicks bis Euro von YouTube, was Bibi weder bestätigt noch abstreift, sondern gar nicht kommentiert, weil sie (und in Einigkeit unter den sonst so unmissbaren YouTubern) der Einfachheit halber überhaupt nicht über Geld spricht. Und warum sollte sie auch?

Wie Bibi so das sitzt und nur ihrem stillen Mund entweder redet oder lacht oder beides gleichzeitig macht, wissen natürlich alle hier im Raum, ihr Manager, ihr Freund, der Fotograf, sie und ich, das ihr Gesicht, ihr Lachen, ihr Kanal und auch ihr „Hallo! meine Lieben“ eine einzigartige Projektion für Marketing und Produktvertrieb ist. Was immer Bibi hier lobt und anpreist oder auch nur in der Kamera hält, kommt in Millionen Kinderzimmer an und Kinder sind eben nicht nur Fans von Bibi, sondern auch Kunden.

Lang Wap-bap, ba-da-di-tia-ua  
Wenn ich also meine Kinder in ihre Zimmer schicke, um ihnen Clips zu schauen, tue ich Bibi in Wahrheit einen Gefallen. Und darum tut Bibi mir jetzt auch einen. Sie schreibt eine lange Liste Autogramme für meine Kinder und ihre Freunde.

Auf dem Weg nach Hause: Auf meinem mittlerweileigen Tochter. Mama, Bibi hat dich in ihre Snapchatstory aufgenommen – du bist Interview Nummer sieben!

Ich bin Interview Nummer sieben! In Bibis Windschatten habe auch ich es unter die Top-Ten geschafft.



„Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Erfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert“

... (unvollständig)

... (unvollständig)

... (unvollständig)

... (unvollständig)

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 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.



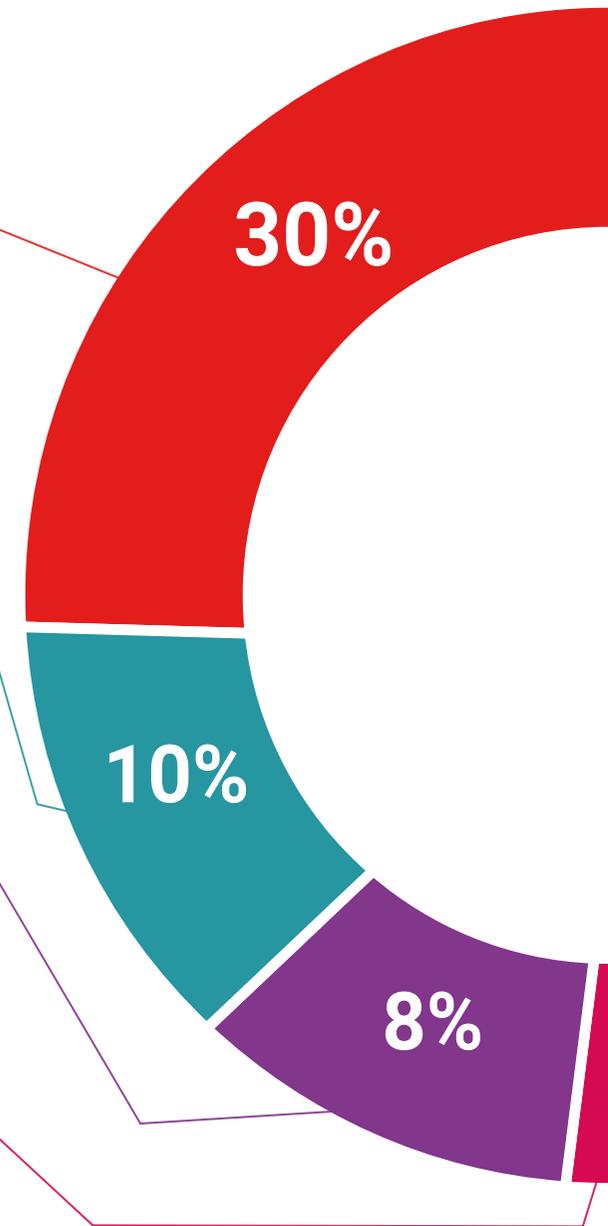
#### Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

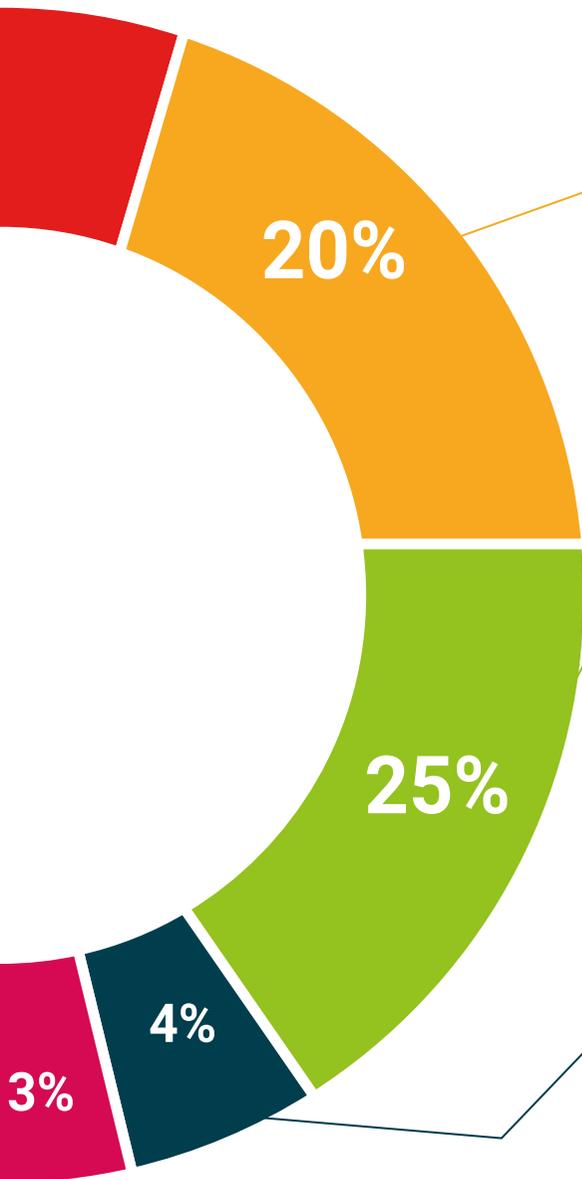
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### 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.



05

# Qualifizierung

Der Universitätskurs in Nachrichtenunternehmen 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 Nachrichtenunternehmen** 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: **Universitätskurs in Nachrichtenunternehmen**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 Std.**



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

zukunft

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

**tech** technologische  
universität

Universitätskurs

Nachrichtenunternehmen

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

# Universitätskurs

## Nachrichtenunternehmen



**Research**  
A systematic process to establish facts and discover new information.

**Analysis**  
A process to examine something in detail in order to explain it as a basis of discussion or interpretation.

**Ideas**  
Any thoughts, opinions, creation, suggestions or conception that is existing in the mind as a possible cause of action.

**Planning**  
A detail or a process of thinking and organizing step by step to achieve a desired goals.