

Universitätskurs

Politische und Institutionelle Kommunikation





Universitätskurs

Politische und Institutionelle Kommunikation

- » 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/politische-institutionelle-kommunikation

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Die politische und institutionelle Kommunikation bringt verschiedene Faktoren ins Spiel, welche die Fachkraft berücksichtigen muss, unabhängig davon, ob sie auf der Seite des Rundfunks arbeitet oder ob diese Kommunikation die Informationsquelle für ihre journalistische Arbeit ist. Ein umfassendes Verständnis dieser Elemente ist der Weg zu einem effektiven und sicheren Arbeiten in einem oft komplexen Gebiet. Dieses Programm bietet eine umfassende und qualitativ hochwertige Fortbildung in diesem interessanten Arbeitsbereich für journalistische Fachkräfte.





“

Alle Schlüssel zur politischen und institutionellen Kommunikation in einer intensiven und qualitativ hochwertigen Fortbildung für Journalisten"

Journalisten spielen eine wichtige Rolle in der Politik, denn sie informieren die Gesellschaft kritisch über die Vorgänge in der Regierung und über zukünftige Entscheidungen.

Auf diese Weise versucht der Journalist, durch Kommunikation Beziehungen zu hochrangigen Persönlichkeiten aufzubauen, um einen Dialog zu führen, der es ihm ermöglicht, alles, was in der Politik und in den öffentlichen Einrichtungen geschieht, transparent darzustellen. Auf diese Weise wird die Information effektiver und wahrheitsgemäßer.

Ist der Journalist hingegen Teil einer öffentlichen Institution oder der Regierung selbst, ist es seine Pflicht, seine Rolle auszuüben und seine Berufsethik kritisch zu verteidigen, um die Wahrheit über die Geschehnisse zu berichten.

Dieser 100%ige Online-Universitätskurs ist ein Angebot von TECH für alle professionellen Journalisten, die ihre Kenntnisse im politischen Bereich erweitern möchten. Mit seinem didaktischen, audiovisuellen und innovativen Material bietet dieses Programm die neuesten Erkenntnisse aus dem Bereich der Politik.

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

- ♦ Neueste Technologie in der E-Learning-Software
- ♦ Intensiv visuelles Lehrsystem, unterstützt durch grafische und schematische Inhalte, die leicht zu erfassen und zu verstehen sind
- ♦ Entwicklung von Fallstudien, die von aktiven Experten vorgestellt werden
- ♦ Hochmoderne interaktive Videosysteme
- ♦ Der Unterricht wird durch Telepraktika unterstützt
- ♦ Ständige Aktualisierung und Recycling-Systeme
- ♦ Selbstgesteuertes Lernen: Vollständige Kompatibilität mit anderen Berufen
- ♦ Praktische Übungen zur Selbstbeurteilung und Überprüfung des Gelernten
- ♦ Hilfsgruppen und Bildungssynergien: Fragen an den Experten, Diskussions- und Wissensforen
- ♦ Kommunikation mit der Lehrkraft und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Verfügbarkeit von Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss
- ♦ Datenbanken mit ergänzenden Unterlagen, die auch nach dem Kurs ständig verfügbar sind



Die Erfahrung einer solventen und fachkundigen Universität steht Ihnen bei dieser kompletten Erneuerung zur Verfügung"

“

Ein Universitätskurs, der von der besten Technologie unterstützt wird, die es Ihnen ermöglicht, fließend und effizient zu lernen"

Das Dozententeam setzt sich aus aktiven Spezialisten zusammen. Ein multidisziplinäres Team von qualifizierten und erfahrenen Fachleuten, die das theoretische Wissen auf effiziente Weise vermitteln, aber vor allem das praktische Wissen aus ihrer eigenen Erfahrung in den Dienst des Kurses stellen werden.

Diese Beherrschung des Themas wird durch die Wirksamkeit des methodischen Konzepts ergänzt, das von einem multidisziplinären Team von E-Learning-Experten entwickelt wurde, die die neuesten Fortschritte in der Bildungstechnologie integrieren.

Um den Erfolg dieses Programms zu gewährleisten, wird die Fachkraft die Hilfe eines innovativen interaktiven Videosystems in Anspruch nehmen können, mit dem sie die Telepraxis und das Learning from an Expert-System testen kann. Zwei Konzepte, die Ihnen helfen werden, das Studium auf eine realistischere und dauerhaftere Weise zu integrieren und zu fixieren.

Ein spannender Fortbildungsprozess, der es Ihnen ermöglichen wird, in einem der dynamischsten und aufregendsten Bereiche des heutigen Journalismus zu arbeiten.

Mit Dozenten, die Experten in diesem Arbeitsbereich sind, ist diese Spezialisierung eine einzigartige Gelegenheit zur beruflichen Weiterentwicklung.



02 Ziele

Der Universitätskurs in Politische und Institutionelle Kommunikation zielt darauf ab, einen Spezialisierungsgrad zu erlangen, der es Fachleuten aus dem Bereich des Journalismus ermöglicht, ihre Karriere in diesem Bereich optimal zu entwickeln. Zu diesem Zweck haben wir die wesentlichen theoretischen Inhalte entwickelt, die als Grundlage für die Praxis dienen und im Laufe des Programms intensiv vertieft werden.



“

Geben Sie in Ihrem Lebenslauf die Kenntnisse und Fähigkeiten an, die für eine Tätigkeit im Bereich der politischen und institutionellen Kommunikation in allen Medien erforderlich sind"



Allgemeine Ziele

- ♦ Politische Reden für verschiedene Umgebungen und Zielgruppen auszuarbeiten und zu analysieren sowie sie mündlich mit kommunikativer Wirksamkeit auszuführen
- ♦ Kommunikationsstrategien identifizieren, die in politischen Reden angewandt werden
- ♦ Rhetorik politischer Reden und verschiedene Überzeugungsstrategien in politischen Kampagnen und Wahlkämpfen analysieren
- ♦ Die Entwicklung von Fähigkeiten in der Anwendung von mündlichen und schriftlichen Ausdruckstechniken, die es dem Studenten ermöglichen, die Fähigkeit zu erwerben, einen politischen Diskurs zu erarbeiten und zu analysieren
- ♦ Entwicklung effektiver Kommunikationsfähigkeiten, um ein ausgezeichneter Sprecher und Kommunikator in einem professionellen Umfeld zu werden



Realistische und erreichbare Ziele, die es Ihnen ermöglichen, Ihre berufliche Zukunft mit einem wesentlich wettbewerbsfähigeren Stellenprofil zu gestalten"





Spezifische Ziele

- ♦ Entwicklung von Fähigkeiten, Fertigkeiten und kritischem Urteilsvermögen, um einen Kommunikationsplan zu erstellen, Ziele festzulegen, die Zielgruppe zu definieren, Strategien zu planen und das Kommunikationsbudget zu kontrollieren
- ♦ Analyse der Mechanismen, mit denen politische Kommunikationsmittel entwickelt werden, sowohl historisch als auch aktuell, und deren Anwendung auf verschiedene Fälle
- ♦ Die Aufgaben der für den Kommunikationsbereich einer Organisation oder eines Unternehmens verantwortlichen Person bestimmen und Kontakte zu den verschiedenen internen und externen Öffentlichkeiten herstellen
- ♦ Die wichtigsten Theorien für die Analyse der Beziehung zwischen Wahlkampagnen, Medien und politischem Verhalten identifizieren
- ♦ Entwicklung von Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Erforschung und Analyse von Kommunikationsphänomenen und -prozessen für alle Arten von öffentlichen und privaten Organisationen, Beratungs-, Betreuungs- und Vermittlungsaufgaben
- ♦ Die Identität, die Kommunikation, das Image, den Ruf und die Marke einer Organisation, eines Produkts oder einer Person zu bewerten und zu beurteilen
- ♦ Entwicklung eigener Kriterien für die Suche nach und Analyse von Informationen aus verschiedenen Quellen im Umfeld der politischen Kommunikation

03

Kursleitung

Der Universitätskurs in Politische und Institutionelle Kommunikation hat einen Mehrwert, der sich von allen anderen vergleichbaren Fortbildungen abhebt. Die Dozenten, die das Professorenteam bilden, kennen die realen Abläufe der politischen Kommunikation aus erster Hand. Aus diesem Grund wurde ein Programm entwickelt, das sich besonders auf die berufliche Entwicklung aus einer Perspektive konzentriert, die voll und ganz auf die Realität des Sektors abgestimmt ist.





“

Von Fachleuten zu lernen, ist der beste Weg, um bei der Arbeit als politischer Journalist selbstbewusst aufzutreten"

Leitung



Hr. Hernández De La Morena, Marcos

- ♦ Position: Journalist, spezialisiert auf politische Kommunikation
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität Complutense Madrid-CU Villanueva
- ♦ Masterstudiengang in fortgeschrittenen Studien in politischer Kommunikation von der Universität Complutense in Madrid
- ♦ Analyst und Kolumnist aus der Perspektive der politischen Kommunikation mit einer Parallelstimme
- ♦ Wirtschaftsredakteur mit Spezialisierung auf Quellenjournalismus und Datenanalyse bei La Tribuna de Automoción
- ♦ Webredakteur, SEO-Analyst und Community Manager bei der Zeitung Expansión
- ♦ Pressesprecher des Sportvereins Escudería El Piélago, Erstellung von Web- und Printinhalten, Verfassen von Pressemitteilungen, Community Manager, Coverdesigner, Foto-, Video- und Posterredakteur
- ♦ Mitarbeit in der Presse für Sozialistische Jugend von Spanien
- ♦ Rundfunksprecher und Reporter für Cadena SER (Schlagzeile Castilla-La Mancha)

Professoren

Fr. Cáceres, Karina

- ♦ Position: Leitung der digitalen Strategie für das Netzwerk der Politikwissenschaftlerinnen
- ♦ Hochschulabschluss in Internationalen Beziehungen an der Katholischen Universität von Cordoba
- ♦ Masterstudiengang in Lateinamerikastudien an der Universität von Salamanca
- ♦ Assistentin für Kommunikation und Forschung an der Universität von Salamanca
- ♦ Wissenschaftliche Mitarbeit bei der Organisation Amerikanischer Staaten (OAS)
- ♦ Freiberufliche Analystin für digitale Forschungsprojekte



04

Struktur und Inhalt

Die Inhalte dieses Programms wurden von den verschiedenen Professoren dieses Universitätskurses mit einem klaren Ziel entwickelt: sicherzustellen, dass die Studenten alle notwendigen Fähigkeiten erwerben, um ein Spezialist für politische und institutionelle Kommunikation zu werden. Der Inhalt dieser Qualifikation ermöglicht es, alle Aspekte der verschiedenen Disziplinen in diesem Bereich kennenzulernen.



“

Ein sehr komplettes Lehrprogramm, das in sehr gut ausgearbeitete didaktische Einheiten gegliedert ist, die auf effizientes und schnelles Lernen ausgerichtet sind und sich mit Ihrem persönlichen und beruflichen Leben vereinbaren lassen"

Modul 1. Politische und institutionelle Kommunikation

- 1.1. Politische Kommunikation
 - 1.1.1. Es gibt keine Politik ohne Kommunikation
 - 1.1.2. Versuche, politische Kommunikation zu definieren
 - 1.1.3. Der Begriff der Botschaft: ein umfassendes Konzept der Akteure und Inhalte der Kommunikation
 - 1.1.4. Politische Kommunikation als Konfrontation von Botschaften
 - 1.1.5. Die Studienbereiche der politischen Kommunikation
 - 1.1.6. Modell für das Studium der politischen Kommunikation
 - 1.1.6.1. Dramaturgisches Handeln und kommunikatives Handeln
 - 1.1.7. Kommunikation, Politik und öffentliche Meinung
 - 1.1.7.1. Die Rolle der Kommunikation bei demokratischen Wahlen: Was ist das und wofür wird es verwendet?
 - 1.1.8. Politische Kommunikation und neue Medien
 - 1.1.8.1. Wie verändern die neuen Technologien/neuen Medien das Konzept der politischen Kommunikation?
 - 1.1.9. Sozialer Wandel und technologischer Wandel
 - 1.1.9.1. Wie lässt sich der Einfluss der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien verstehen?
 - 1.1.10. Mediatisierung und Personalisierung der politischen Kommunikation
- 1.2. Persuasive Kommunikation
 - 1.2.1. Überredung: Theoretische Perspektiven
 - 1.2.2. Die Quelle der Überzeugung: Glaubwürdigkeit, Attraktivität, Macht und andere
 - 1.2.3. Die persuasive Botschaft: Typen, Funktionen, formale Aspekte, rhetorische Fragen
 - 1.2.4. Der Empfänger: Überzeugungskraft, Verarbeitung der Botschaft, Vorhersage des Verhaltens?
 - 1.2.5. Der Kontext der Überzeugung: Kanal und Mittel der Kommunikation, die Person als Kontext, der Einfluss der anderen
 - 1.2.6. Selbstüberzeugung: kognitive Dissonanz, Selbstwahrnehmung, Engagement und Kohärenz
 - 1.2.7. Theoretische Modelle der Überzeugung
 - 1.2.7.1. Lernmodell
 - 1.2.7.2. Kognitives Reaktionsmodell
 - 1.2.8. Modelle mit mehreren Prozessen
 - 1.2.8.1. Das Elaborationswahrscheinlichkeitsmodell
 - 1.2.8.2. Meta-kognitives Modell
 - 1.2.9. Widerstand gegen Überredung: die Theorie der Impfung, Ablenkung und Prävention
 - 1.2.10. Persistenz persuasiver Wirkungen: das Abklingen persuasiver Wirkungen. Die betäubende Wirkung
- 1.3. Neue Akteure in der politischen Kommunikation
 - 1.3.1. Repräsentation und politische Beteiligung
 - 1.3.1.1. Relevante Konzepte: Warum beteiligen sich manche Bürger manchmal in Institutionen und manchmal auf der Straße oder in sozialen Netzwerken?
 - 1.3.2. Der Aufstieg der 'unkonventionellen' Partizipation und die Politik des Protests in den heutigen Gesellschaften
 - 1.3.3. Veränderungen in der politischen Kommunikation: Professionalisierung
 - 1.3.4. Veränderungen in der Gesellschaft (I)
 - 1.3.4.1. Fragmentierung des Publikums und Globalisierung
 - 1.3.5. Veränderungen in der Gesellschaft (II)
 - 1.3.5.1. Neue Prioritäten, Werte und *Issues*
 - 1.3.6. Veränderungen in den Medien: Veränderungen im *Gatekeeping*-Prozess
 - 1.3.7. Traditionelle Akteure (I)
 - 1.3.7.1. Politische Parteien (Organisation und Struktur)
 - 1.3.9. Nicht-traditionelle Akteure (I)
 - 1.3.9.1. Soziale Bewegungen
 - 1.3.10. Nicht-traditionelle Akteure (II)
 - 1.3.10.1. Soziale Gruppen, deren Rechte verletzt werden: Frauen und Minderheiten
- 1.4. Techniken für effektive Kommunikation: Themen, Diskurs, *Storytelling* und Agenda
 - 1.4.1. Techniken, um die Kommunikation effektiver zu gestalten
 - 1.4.2. Die Bedeutung von Werten, Rahmen und Emotionen
 - 1.4.3. Die Rede
 - 1.4.3.1. Notwendige Elemente zum Schreiben einer Rede
 - 1.4.3.2. Struktur und Bestandteile (Anfang, Entwicklung, Schluss)
 - 1.4.4. Stil und Arten von Reden
 - 1.4.5. Rhetorische Techniken der Wiederholung; poetische Beredsamkeit; Rhetorik; Verwendung von Zitaten

- 1.4.6. *Storytelling* (oder wie man Geschichten erzählt, die überzeugen)
- 1.4.7. Nonverbale Sprache
- 1.4.8. Das Netz der Themen und die Botschaft: die politische Agenda
- 1.4.9. Argumente und Slogans. Kampagnen-Rhetorik
- 1.4.10. Mythen und emotionale Appelle
- 1.5. Die politische Kommunikation der Institutionen
 - 1.5.1. Institutionelle Kommunikation. Immaterielle Güter. Berühmtheit und Ansehen. Was wird kommuniziert?
 - 1.5.2. Kommunikationsmanagement. Die Beziehung zu den Zuschauern
 - 1.5.3. Der Direktor für Kommunikation (Dircom) und die Kommunikationskabinette
 - 1.5.3.1. Rollen und Verantwortlichkeiten
 - 1.5.4. Kommunikationsagenturen:
 - 1.5.4.1. Organigramm, Funktionen, wichtigste Kommunikationsagenturen
 - 1.5.5. Kommunikationsplan (I)
 - 1.5.5.1. *Briefing* und Recherche
 - 1.5.5.2. Audit und *Stakeholders*
 - 1.5.6. Kommunikationsplan (II)
 - 1.5.6.1. Ziele, Mission, Vision, Strategien und Taktiken
 - 1.5.7. Zeitplan und Budget
 - 1.5.7.1. Bewertung und Messung der Ergebnisse
 - 1.5.7.2. *Clipping* und ROI
 - 1.5.8. Ausbildung zum Pressesprecher
 - 1.5.8.1. Dem Interview entgegensehen
 - 1.5.9. Presseraum
 - 1.5.9.1. Verwaltung sozialer Medien aus institutioneller Sicht
 - 1.5.10. Arten von institutionellen Veranstaltungen
 - 1.5.10.1. Organisation und Verbreitung
- 1.6. Wahlkampf, Medien und Wahlentscheidungen
 - 1.6.1. Keine Wahlen, keine Demokratie!
 - 1.6.1.1. Politische Kommunikation als Botschaftskonflikt
 - 1.6.2. Was macht man im Wahlkampf?
 - 1.6.2.1. Auswirkungen von Wahlkampagnen auf Wahlentscheidungen, politische Beteiligung und Demobilisierung
 - 1.6.3. Forschung über Medieneffekte und Wahlkampagnen in vergleichender Perspektive
 - 1.6.3.1. Die wichtigsten Forschungsfragen, Ziele, Theorien und Ergebnisse (*Agenda setting, framing, priming*)
 - 1.6.4. Kandidatenprofil: gewünscht vs. Real
 - 1.6.5. Die Analyse des Kontextes: Abgrenzungen, Wählersegmentierung
 - 1.6.6. Ausarbeitung der Wahlbotschaft: die parteipolitische Komponente, die programmatische Komponente, die persönliche Komponente und die fein abgestimmte Balance der Wahlbotschaft
 - 1.6.7. Kommunikation der Wahlbotschaft (I): Logo, Slogan und Veranstaltungsorganisation
 - 1.6.8. Kommunikation der Wahlbotschaft (II): Wahlwerbung, das Verhältnis zwischen Parteien und Medien und Direktmarketing
 - 1.6.9. Die neue Kommunikation von politischen Akteuren und den Medien
 - 1.6.10. Der Angriff im Wahlkampf
- 1.7. Kandidaten, Strategien und Organisation von Wahlkämpfen
 - 1.7.1. Führungsrolle
 - 1.7.1.1. Fähigkeiten, die ein Kandidat mitbringen muss, um erfolgreich zu sein
 - 1.7.2. Entwurf und Planung von Kampagnen
 - 1.7.2.1. Wie führen Sie einen Wahlkampf?
 - 1.7.2.2. Etappen. Entwurf, Planung und Durchführung von Kampagnen
 - 1.7.3. Organisatorische Struktur der Kampagne
 - 1.7.4. Ressourcen für die Mobilisierung
 - 1.7.4.1. Zentralisierung vs. Dezentralisierung
 - 1.7.4.2. Professionalisierung vs. Amateurhaftigkeit
 - 1.7.5. Strategien
 - 1.7.5.1. Strategien für Medien, Programmierung und Kunden
 - 1.7.6. Durchführung der Kampagne
 - 1.7.6.1. Physische Mobilisierungsinstrumente: Fokus auf den persönlichen Kontakt mit den Wählern vs. Fokus auf die Kommunikationsmedien
 - 1.7.7. Organisatorische Strategien I
 - 1.7.7.1. Kandidatenzentrierte Kampagnen vs. Parteizentrierte Kampagnen
 - 1.7.8. Organisatorische Strategien II
 - 1.7.8.1. Kapitalzentrierte Kampagnen vs. Arbeitsintensive Kampagnen
 - 1.7.9. Die territoriale Dimension von Wahlkämpfen
 - 1.7.10. Die digitale Dimension des Wahlkampfes

- 1.8. Spots, Debatten und negative Kampagnen
 - 1.8.1. Analyse von Werbespots, um Strategien zu erkennen und zu verstehen, wie Wahlkampf betrieben wird
 - 1.8.2. *Frame Analysis* (Rahmenanalyse) bei der Studie von Spots
 - 1.8.3. Typen: *Framing* verbal, visuell und akustisch
 - 1.8.4. Wozu dienen die Debatten?
 - 1.8.5. Formate für Debatten
 - 1.8.6. Angriffs- und Verteidigungsstrategien
 - 1.8.7. Diskursive Stile
 - 1.8.8. Schlagworte
 - 1.8.9. Erwiderungen
 - 1.8.10. Negative Kampagne: Angriffs- und Gegenangriffstaktiken
- 1.9. Regierung und Krisenkommunikation
 - 1.9.1. "Ich regiere gut, aber kommuniziere schlecht". Definition von Regierungskommunikation
 - 1.9.2. Das Ziel der Kommunikation von Regierung und öffentlicher Politik: Legitimation statt Öffentlichkeitsarbeit
 - 1.9.3. Der "Mythos der Regierung"
 - 1.9.4. Der Paradigmenwechsel im Management und konvergente Prozesse
 - 1.9.5. Tägliches Management versus mittelfristige Strategie
 - 1.9.6. Governance und die Beziehung zwischen Regierung und Bürgern
 - 1.9.7. Definition von Krisen, Konflikten und Kontroversen
 - 1.9.8. Öffentliche Skandale
 - 1.9.9. Der Prozess des persönlichen und institutionellen Reputationsmanagements und seine Beziehung zur Regierungskommunikation. Subjektivität
 - 1.9.10. Krisenmanagement-Teams. Der Überraschungsfaktor
- 1.10. Politik im 21. Jahrhundert
 - 1.10.1. Soziale Netzwerke
 - 1.10.1.1. Was sind sie, wozu sind sie da, die Statistiken und Daten?
 - 1.10.2. Analyse sozialer Netzwerke (SNA)
 - 1.10.2.1. Diagramme, Einfluss, Metriken





- 1.10.3. Tools zur Messung und Überwachung
- 1.10.4. Positionierungs- und Optimierungstechniken: SEO
- 1.10.5. Online-Werbung (AdWords und neue Plattformen)
- 1.10.6. Strategien zur Gewinnung von Anhängern
- 1.10.8. Entwicklung und Durchführung von 2.0-Kampagnen
- 1.10.9. Cyberpolitik und ihre Auswirkungen auf die Beteiligung und Mobilisierung junger Menschen und die Bürgerschaft
- 1.10.10. Herausforderungen und Dilemmas: Desinformation und Infotainment

“

Lernen Sie, wie man politische und institutionelle Kommunikation mit dem Geschick eines hochkompetenten Experten gestaltet und entschlüsselt"

05

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



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



Die Studierenden lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

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

Die Fallstudienmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

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

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.



Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität in Spanisch zu verbessern.

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



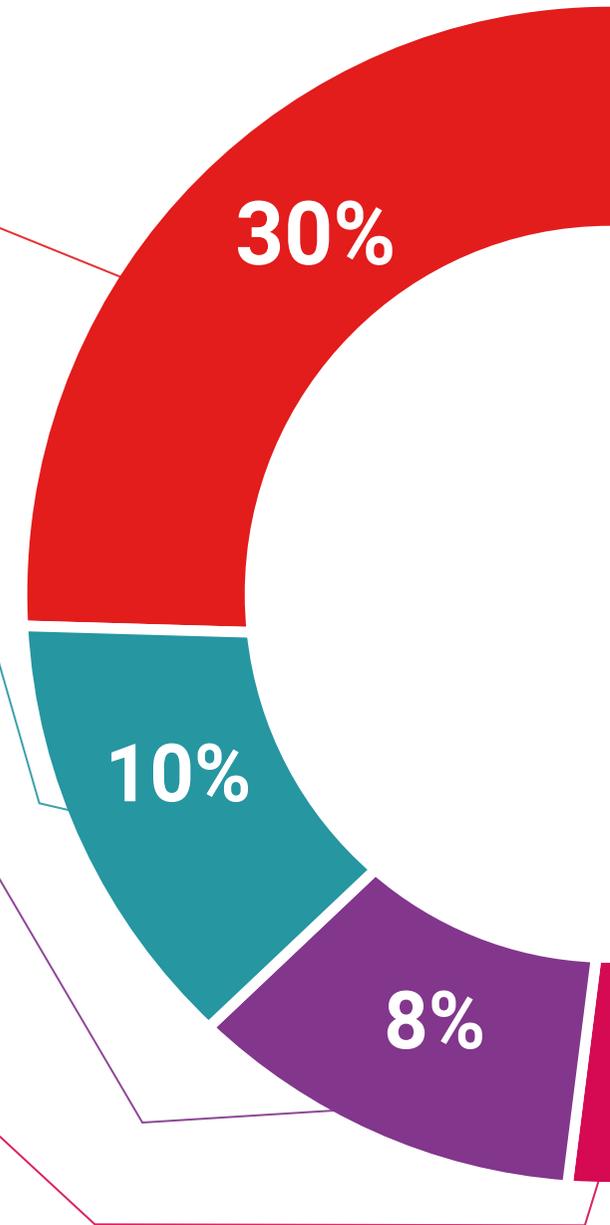
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

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



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Politische und Institutionelle Kommunikation garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **Universitätskurs in Politische und Institutionelle Kommunikation** 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 Politische und Institutionelle Kommunikation**

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 innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs
Politische und
Institutionelle Kommunikation

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

Universitätskurs

Politische und Institutionelle Kommunikation

