

Universitätsexperte

Spezialisierter Modejournalismus





Universitätsexperte Spezialisierter Modejournalismus

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/design/spezialisierung/spezialisierung-spezialisierter-modejournalismus

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodik

Seite 18

05

Qualifizierung

Seite 26

01

Präsentation

Modejournalismus erfordert eine sehr technische und spezifische Sprache, die Begriffe wie *Cashmere*, *Chambray*, *Peplum* oder *Trendsetter* kennt. Wer professionell in der Modekommunikation arbeiten will, muss daher nicht nur über journalistische Kenntnisse verfügen, sondern auch die Grundlagen des Journalismus in der Textilwelt kennen. Ebenso müssen Sie die Mode und ihre Geschichte kennen, um erfolgreich mit einem ebenso spezialisierten wie anspruchsvollen Publikum kommunizieren zu können. Das Programm von TECH zielt darauf ab, die Studenten in all diesen Bereichen weiterzubilden, um sie zu den bestmöglichen Modekommunikatoren zu machen.





“

Mit diesem Universitätsexperten werden Sie in der Lage sein, Ihr Publikum erfolgreich zu erreichen, indem Sie ein tiefes Verständnis für die komplexe Natur der Modewelt entwickeln”

In dem Maße, in dem sich die Mode entwickelt, muss sich auch die Kommunikation über Mode weiterentwickeln und sich an neue Trends, neue Verbreitungsplattformen und an Personen oder Ereignisse, die an Bedeutung gewinnen, anpassen. Aus diesem Grund müssen Fachkräfte im Modejournalismus über eine Reihe spezifischer Kenntnisse verfügen, um ihren Beruf erfolgreich ausüben zu können.

Der Universitätsexperte in Spezialisierter Modejournalismus vermittelt den Studenten alle notwendigen Fähigkeiten, damit sie nach ihrem Abschluss in der Lage sind, Informationen über Mode zu verbreiten und ihrem Publikum selbst die kleinsten technischen Details zu vermitteln. Ein entscheidender Unterschied zu anderen Fachleuten, die nicht über dieses Wissen verfügen.

Dies ist eine einzigartige Gelegenheit für Designstudenten, ihre berufliche Laufbahn in Richtung Kommunikation zu lenken und gleichzeitig Fähigkeiten zu erwerben, die ihnen helfen, sich auf dem Arbeitsmarkt zu profilieren und zu positionieren.

Ein Universitätsexperte, der zudem vollständig online studiert wird. Die Studenten können den Lehrplan an ihr eigenes Tempo und ihre eigenen Verpflichtungen anpassen, da sie nicht an ein physisches Zentrum gebunden sind und keinen festen Stundenplan einhalten müssen.

Alle Lehrmaterialien sind während der gesamten Dauer des Programms verfügbar und können von jedem Gerät mit Internetzugang heruntergeladen werden.

Dieser **Universitätsexperte in Spezialisierter Modejournalismus**

enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ◆ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Modeexperten vorgestellt werden und sich auf den Bereich der Kommunikation konzentrieren
- ◆ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt theoretische und praktische Informationen zu den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ◆ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ◆ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Geschichte der Mode und wie man sie richtig vermittelt
- ◆ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ◆ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Sichern Sie sich einen Platz in der ersten Reihe bei den besten Laufstegen und Veranstaltungen, indem Sie der Prestige-Kommunikator werden, mit dem jeder zu tun haben möchte“

“

Sie werden über die renommiertesten Stars und Designer mit einer präzisen, effektiven und auffälligen Ausdrucksweise berichten“

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, 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, werden der Fachkraft ein situiertes 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 der beruflichen Praxis zu lösen, die sich im Laufe des Programms ergeben. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Sie werden in der Lage sein, sich an jede Situation anzupassen. Mit Ihrem Wissen über Journalismus und Mode werden Sie mit Ihrem Publikum in Kontakt treten, wo immer Sie sind.

Sie werden Ihren Konkurrenten immer einen Schritt voraus sein, weil Sie wissen, welche die meistgenutzten Kommunikationsplattformen sind, welche die bekanntesten Influencer sind und wie man am effektivsten auf ihnen kommuniziert.



02 Ziele

Das Ziel dieses Universitätsexperten in Spezialisierter Modejournalismus ist es, die Studenten in der korrekten Kommunikation aller Aspekte und Trends im Textilsektor zu unterrichten. Zu diesem Zweck werden alle notwendigen Kenntnisse über die Geschichte der Mode sowie die wichtigsten journalistischen Grundlagen und die Fachpresse des Sektors vermittelt. Dank all dieser Lehrinhalte ist gewährleistet, dass sie ihren Abschluss als kompetente und produktive Kommunikationsprofis machen, die wissen, wie sie sich speziell an die Welt der Mode anpassen können.



“

Sie haben ein klares Ziel. TECH wird Ihnen mit den bestmöglichen Lehrmitteln bei Ihrer beruflichen Laufbahn helfen”



Allgemeine Ziele

- ◆ Analysieren des globalen Kontextes der Mode und wie sie die Gesellschaft beeinflusst
- ◆ Verstehen, wie sich die Mode im Laufe der Jahre entwickelt hat
- ◆ Kennenlernen der großen männlichen und weiblichen Persönlichkeiten der Mode, die auch heute noch Bezugspunkte sind
- ◆ Kontextualisieren der Kommunikation im Zusammenhang mit der Mode und ihren wichtigsten Medien: von Zeitschriften bis hin zu modernen sozialen Netzwerken
- ◆ Kennenlernen der wichtigsten journalistischen Werte in der Modewelt
- ◆ Vertiefen der Kenntnisse über Kommunikationspsychologie und deren Anwendung in der täglichen Arbeit





Spezifische Ziele

Modul 1. Geschichte der Mode

- ◆ Verbinden formaler und symbolischer Sprache mit Funktionalität im Bereich der Mode
- ◆ Begründen der Widersprüche zwischen modischem Luxus und ethischen Werten
- ◆ Nachdenken über die Auswirkungen von Innovation und Qualität in der Modeproduktion, des *Prêt-à-Porter* und der *Low-Cost-Mode* auf die Lebensqualität und die Umwelt
- ◆ Die historischen Verwendungszwecke und die Art und Weise, wie Mode zur Konstruktion von Imaginationen eingesetzt wurde, kennen und schätzen
- ◆ Wissen, wie man Modebilder korrekt in Bezug auf Bedeutung und Konnotationen interpretiert

Modul 2. Grundlagen des Journalismus

- ◆ Beherrschen der journalistischen Tradition von den Anfängen bis zur Gegenwart, mit besonderem Augenmerk auf die wichtigsten Medien, Journalisten und wichtige Nachrichten
- ◆ Analysieren der verschiedenen Arten von Zeitungen und ihres Inhalts
- ◆ Dokumentieren von Informationsprozessen und Umgang mit neuen Technologien im Zusammenhang mit der Bearbeitung von Dokumenten
- ◆ Kennen der wichtigsten journalistischen Instrumente und ihre Auswahlkriterien
- ◆ Ausdrücken und Einwirken auf die öffentliche Meinung unter Verwendung aller Methoden, Sprachen und technologischen Hilfsmittel, die dem Journalismus derzeit zur Verfügung stehen (Presse, Radio, Fernsehen und Netzwerke)
- ◆ Kennen und Analysieren der Elemente der Zeitung

Modul 3. Auf Mode und Luxus spezialisierte Presse

- ◆ Verstehen von strategischer Kommunikation und sie mit ethischer und professioneller Verantwortung anwenden
- ◆ Aufbauen von Öffentlichkeitsarbeit, die dem Zweck der Kommunikation dient, durch das Verständnis, wie Öffentlichkeitsarbeit im Modesektor funktioniert
- ◆ Leiten eines Teams, das in der Lage ist, ein Event sowie ein einzigartiges Benutzererlebnis zu schaffen, sei es in der physischen oder digitalen Umgebung
- ◆ Anpassen an die Dynamik der Fachpresse in den Bereichen Mode und Schönheit
- ◆ Kennen der Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit und der neuesten Markttrends
- ◆ Entwickeln von Verhandlungsgeschick, um Vereinbarungen zu treffen, die eine soziale Bindung darstellen



Ihre Karriereziele in der Mode sind näher als Sie denken. Schreiben Sie sich jetzt ein und erreichen Sie sie

03

Struktur und Inhalt

Der Lehrplan dieses Universitätsexperten wurde im Hinblick auf die Kommunikationsbedürfnisse der Modebranche entwickelt. Er vermittelt den Studenten ein breites Themenspektrum, das historische Epochen, erfolgreiche Designer, journalistische Theorie und Kommunikationsformen im Bereich Mode und Schönheit umfasst. Das Programm besteht aus 3 verschiedenen Modulen, die wiederum aus einer Vielzahl von Unterthemen gebildet werden, die den Lehrplan unterteilen und das Studium einfacher und verständlicher machen.





“

Dieser Universitätsexperte deckt alles ab, was Sie brauchen, um nicht nur über die Welt der Mode zu kommunizieren, sondern dies auch effektiv zu tun und Ihr Publikum besser zu erreichen"

Modul 1. Geschichte der Mode

- 1.1. Von Kleidung bis Mode
 - 1.1.1. Neuer Kontext und sozialer Wandel
 - 1.1.2. Die Befreiung der Frau
 - 1.1.3. Neues Konzept des Modedesigners
 - 1.1.4. Beginn des 20. Jahrhunderts
- 1.2. Moderne Kleidung
 - 1.2.1. Moderne Kleidung
 - 1.2.2. Der Aufstieg der amerikanischen Designer
 - 1.2.3. Die Londoner Szene
 - 1.2.4. New York in den 1970er Jahren
 - 1.2.5. Mode der 1980er Jahre
 - 1.2.6. Luxusgruppen mit mehreren Marken
 - 1.2.7. Funktionelle Mode
 - 1.2.8. *Activewear*
 - 1.2.9. Mode, Kunst und Popkultur
 - 1.2.10. *Celebrities*
 - 1.2.11. Fotografie und das Internet
- 1.3. Große weibliche Meister der Mode
 - 1.3.1. Jeanne Lanvin
 - 1.3.2. Jeanne Paquin
 - 1.3.3. Emilie Flöge
 - 1.3.4. Madeleine Vionnet
 - 1.3.5. Gabrielle Chanel
 - 1.3.6. Elsa Schiaparelli
 - 1.3.7. Carolina Herrera
- 1.4. Große männliche Meister der Mode
 - 1.4.1. Charles Frederick Worth
 - 1.4.2. Jacques Doucet
 - 1.4.3. Paul Poiret
 - 1.4.4. Cristóbal Balenciaga
 - 1.4.5. Christian Dior
 - 1.4.6. Karl Lagerfeld
 - 1.4.7. Alexander McQueen
- 1.5. *Haute Couture*
 - 1.5.1. Geschichte der *Haute Couture*
 - 1.5.2. Verband für Haute Couture und Mode
 - 1.5.3. Mitglieder der Föderation
 - 1.5.4. Von *Haute Couture* bis *Prêt-à-Porter*
- 1.6. Kunsthandwerk
 - 1.6.1. Textilien als Kunst
 - 1.6.2. Kunsthandwerk, das die Kleidung ergänzt
 - 1.6.3. Künstler und Kunsthandwerker mit Bezug zur Mode
- 1.7. *Fast Fashion*
 - 1.7.1. Geschichte und Ursprung der *Fast Fashion*
 - 1.7.2. *Fast Fashion*-Geschäftsmodell
 - 1.7.3. Auswirkungen der *Fast Fashion* in der Welt
- 1.8. Werbung und Fotografie in der Mode
 - 1.8.1. Archetypen und Stereotypen
 - 1.8.2. Das Image der Mode
 - 1.8.3. Visuelle Kommunikation der Mode
 - 1.8.4. Die großen Modefotografen
- 1.9. Der Einfluss der Mode
 - 1.9.1. Die Textilindustrie
 - 1.9.2. Die Beziehung zwischen Kunst und Mode
 - 1.9.3. Mode und Gesellschaft
- 1.10. Modetheorie und -kritik
 - 1.10.1. Aktuelle Designer und ihr Einfluss
 - 1.10.2. Aktuelle Tendenzen
 - 1.10.3. Die Trivialisierung der Mode

Modul 2. Grundlagen des Journalismus

- 2.1. Definition und Arten von Zeitungen
 - 2.1.1. Einführung: Das Studium der Kommunikation als Sozialwissenschaft
 - 2.1.2. Schlüsselbegriffe: Kommunikation, Information und Journalismus
 - 2.1.3. Die Medien und ihre Beziehung zur Gemeinschaft
 - 2.1.4. Zeitungen und ihre Beziehung zu anderen Medien
 - 2.1.5. Definition und Merkmale der Tageszeitung
 - 2.1.5.1. Geschichte
 - 2.1.5.2. Themen
 - 2.1.5.3. Verkaufspreis
 - 2.1.5.4. Format
 - 2.1.6. Der Inhalt der Tageszeitung
 - 2.1.6.1. Rubriken
- 2.2. Die wichtigsten journalistischen Werkzeuge
 - 2.2.1. Einleitung
 - 2.2.2. Die wichtigsten journalistischen Werkzeuge
 - 2.2.3. Auswahlkriterien
 - 2.2.3.1. Was sind sie?
 - 2.2.3.2. Klassifizierungen
 - 2.2.3.3. Beziehung zum heutigen Tag
- 2.3. Elemente der Zeitung
 - 2.3.1. Einleitung
 - 2.3.2. Elemente der Zeitung
 - 2.3.3. Verschiedene Elemente
- 2.4. Der Journalist und seine journalistischen Fähigkeiten
 - 2.4.1. Einleitung
 - 2.4.2. Der Journalist und seine journalistischen Fähigkeiten
 - 2.4.3. Debatte über den Beruf des Journalisten
 - 2.4.4. Verhaltensweisen
 - 2.4.4.1. Praktische Haltungen
 - 2.4.4.2. Intellektuelle und moralische Haltungen
- 2.5. Die Organisation einer Zeitung
 - 2.5.1. Einleitung
 - 2.5.2. Zwei Strukturen in einem: das Unternehmen und die Redaktion
 - 2.5.3. Redaktionelle Grundsätze
 - 2.5.4. Redaktionelle Statuten
 - 2.5.4.1. Redaktionelle Aufgaben
 - 2.5.5. Epilog: von der digitalen Version zur digitalen Ausgabe
- 2.6. Journalistische Arbeit
 - 2.6.1. Einleitung
 - 2.6.2. Journalistische Arbeit
 - 2.6.3. Was ist eine Nachrichtenredaktion und wie ist sie organisiert
 - 2.6.4. Auf täglicher Basis
 - 2.6.5. Langfristige Planung
 - 2.6.6. Individuelle und kollektive Arbeit
 - 2.6.6.1. Individuelle Arbeit
 - 2.6.6.2. Kollektive Arbeit
 - 2.6.6.3. Stilbücher
- 2.7. Journalistische Ethik
 - 2.7.1. Einleitung
 - 2.7.2. Ursprung und historische Entwicklung
 - 2.7.2.1. Der Hutchins-Bericht
 - 2.7.2.2. Der McBride-Bericht
 - 2.7.3. Eine Möglichkeit, den Beruf zu regulieren
 - 2.7.4. Funktionen der Selbstregulierung
 - 2.7.5. Ethik-Kodizes
- 2.8. Arten von Journalismus
 - 2.8.1. Einleitung
 - 2.8.2. Investigativer Journalismus
 - 2.8.2.1. Qualitäten des investigativen Journalisten
 - 2.8.2.2. Williams-Schema
 - 2.8.2.3. Forschung-Innovationstechniken
 - 2.8.3. Präzisionsjournalismus
 - 2.8.3.1. Spezialisierungen des Präzisionsjournalismus
 - 2.8.4. Service-Journalismus
 - 2.8.4.1. Thematische Merkmale
 - 2.8.5. Journalistische Spezialisierung
 - 2.8.6. Entwicklung von Fachinformationen

- 2.9. Journalismus und Rhetorik
 - 2.9.1. Einleitung
 - 2.9.2. Information-Meinung-Trennung
 - 2.9.3. Theorien über journalistische Genres
 - 2.9.4. Beiträge der Rhetorik
 - 2.9.5. Die *Elocutio* oder Rhetorik
- 2.10. Der Journalismus als politischer Akteur
 - 2.10.1. Einleitung
 - 2.10.2. Die Zeitung laut Theoretikern
 - 2.10.3. Die Zeitung als Konfliktakteur
 - 2.10.3.1. Die Zeitung als Kommunikation
 - 2.10.3.2. Die Zeitung auf den Ebenen extra, inter und intra
 - 2.10.4. Die Zeitung als Friedensstifterin
 - 2.10.4.1. Alarmmechanismus
 - 2.10.4.2. Stimmungsmacher, Mobilisator für den Frieden
 - 2.10.5. Die Zeitung als komplexes System der Problemerzeugung und Problemlösung
 - 2.10.6. Die Zeitung als missionarische Einrichtung
 - 2.10.7. Die Zeitung als Spitze eines Dreiecks aus Hassliebe
 - 2.10.8. Die Zeitung als Erzähler und Teilnehmer an Konflikten
- 2.11. Der Journalismus als sozialer Akteur
 - 2.11.1. Einleitung
 - 2.11.2. Die Zeitung als Dolmetscher und Vermittler
 - 2.11.3. Die Zeitung als Teil des politischen Systems und als para-politisches System
 - 2.11.4. Die Zeitung als politischer Informant und pseudopolitischer Kommunikator
 - 2.11.5. Die Zeitung als Adressat der Kommunikationspolitik anderer gesellschaftlicher Akteure



Modul 3. Auf Mode und Luxus spezialisierte Presse

- 3.1. Kommunikation in der Fachpresse
 - 3.1.1. Die auf Mode und Schönheit spezialisierten Medien, die Frauenpresse
 - 3.1.2. Die Rolle der Kommunikationsagentur in der Kommunikation
 - 3.1.3. Der aktuelle Wert der Offline-Presse
- 3.2. Entwicklung der PR-Kommunikationsmodelle
 - 3.2.1. Konzept der Öffentlichkeitsarbeit
 - 3.2.2. Theoretischer Ansatz für klassische PR-Modelle (Grunig und Hunt)
 - 3.2.3. Auf dem Weg zu einem neuen Ansatz für PR, dem 5. Modell
- 3.3. Persuasive Kommunikation in PR
 - 3.3.1. Persuasive und informative Komponente der PR
 - 3.3.2. Unterscheidung zwischen Öffentlichkeitsarbeit und journalistischer Tätigkeit
 - 3.3.3. Die Rolle der PR gegenüber der Rolle von Marketing und Werbung
- 3.4. Tools für die Kommunikation mit der Presse
 - 3.4.1. Die Pressestelle und wie sie funktioniert
 - 3.4.2. Nützliches Pressematerial
 - 3.4.3. Wie Sie eine effektive Pressemitteilung verfassen
- 3.5. Kommunikationsplanung und -strategie für Mode und Schönheit
 - 3.5.1. Vorläufige Studie: *Briefing*-Analyse
 - 3.5.2. Die RACE-Methode
 - 3.5.3. Der Kommunikationsplan
- 3.6. Kommunikationsaktionen und Veranstaltungen für Mode und Schönheit
 - 3.6.1. Arten der Kommunikation im Dienste der Marken
 - 3.6.2. Kriterien für die Auswahl von Kommunikationsmaßnahmen
 - 3.6.3. Gestaltung von Aktivitäten und Agenda *Setting* im Bereich Schönheit und Mode
- 3.7. Messung der Ergebnisse
 - 3.7.1. Die Notwendigkeit einer PR-Überwachung
 - 3.7.2. Klassische quantitative Messinstrumente: *Clipping* und VPE
 - 3.7.3. Die Bedeutung der qualitativen Bewertung
- 3.8. Zu vermeidende Fehler in der Kommunikation und im PR-Bereich
 - 3.8.1. Die Bedeutung der Medien wird heruntergespielt
 - 3.8.2. Ein Übermaß an Inhalt und mangelnde Relevanz
 - 3.8.3. Improvisation vs. Planung
- 3.9. Ethische und psychosoziale Perspektive
 - 3.9.1. Öffentlichkeitsarbeit im 21. Jahrhundert: zwischen Fortschritt und Wohlstand
 - 3.9.2. Soziale Verantwortung und Öffentlichkeitsarbeit
 - 3.9.3. Die Ethik der PR: Selbstbewusstsein, Unabhängigkeit und Engagement
- 3.10. Neueste Trends und Studien in der Öffentlichkeitsarbeit
 - 3.10.1. Die neue PR, „sozialer“ als je zuvor
 - 3.10.2. Emotionale Kommunikation und *Neuromarketing*
 - 3.10.3. Wichtige *Insights* über die Verbraucher von heute



Mit all diesem Wissen werden Sie der beste Modekommunikator sein. Warten Sie nicht länger und schreiben Sie sich jetzt ein, um sich beruflich weiterzuentwickeln"

04 Methodik

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

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



“

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

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

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

“

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



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



Die Studenten 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 Fallmethode ist das von den besten Fakultäten der Welt am häufigsten verwendete Lernsystem. 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 wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. 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 Ihr Fachgebiet einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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

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



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



Studienmaterial

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

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



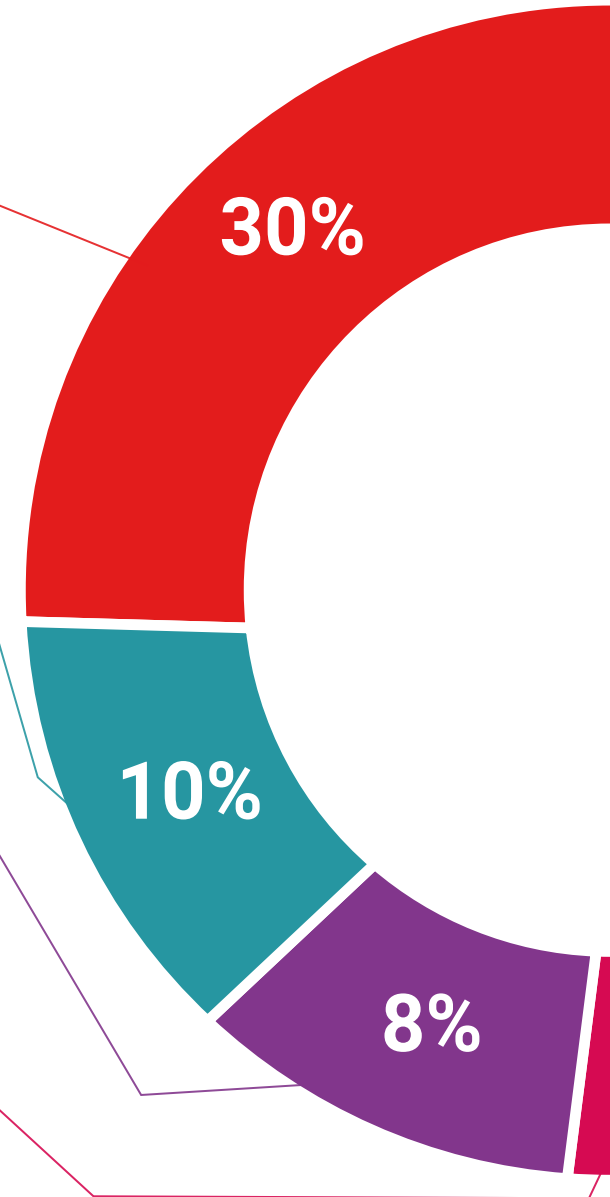
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

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



Weitere Lektüren

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





Fallstudien

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Prüfung und Nachprüfung

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



05

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Spezialisierter Modejournalismus 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 Spezialisierter Modejournalismus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Spezialisierter Modejournalismus**

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
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Spezialisierte
Modejournalismus

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

Universitätsexperte

Spezialisierte Modejournalismus

