

# Privater Masterstudiengang Wirtschaftsjournalismus





## Privater Masterstudiengang

### Wirtschaftsjournalismus

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtute.com/de/journalismus-kommunikation/masterstudiengang/masterstudiengang-wirtschaftsjournalismus](http://www.techtute.com/de/journalismus-kommunikation/masterstudiengang/masterstudiengang-wirtschaftsjournalismus)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Kompetenzen

---

Seite 14

04

Kursleitung

---

Seite 18

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 26

06

Methodik

---

Seite 36

07

Qualifizierung

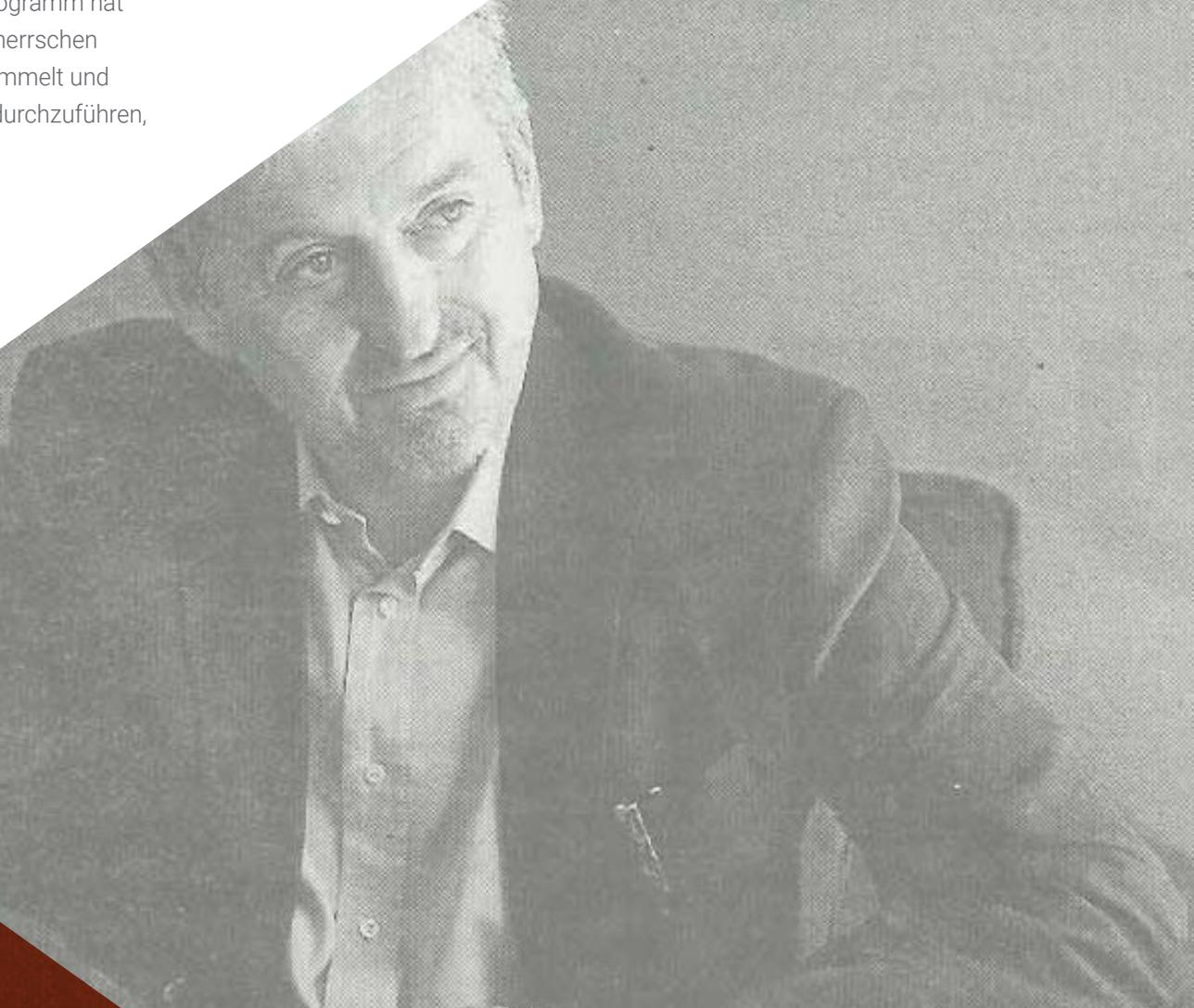
---

Seite 44

01

# Präsentation

In den letzten Jahren hat sich der Wirtschaftsjournalismus zu einem der gefragtesten Kommunikationsbereiche in den Redaktionen aller Medien entwickelt, da er auf großes Interesse beim Publikum stößt und die öffentliche Meinung durch die Pandemie und die Auswirkungen des Coronavirus noch stärker beeinflusst wird. In diesem Programm hat TECH alle Inhalte zusammengefasst, die ein Experte auf diesem Gebiet beherrschen muss, um ein Wirtschaftsjournalist zu werden, der weiß, wie man Daten sammelt und weitergibt, und der in der Lage ist, eine angemessene spezifische Analyse durchzuführen, um ein Spezialist auf diesem Gebiet zu werden.



oxígeno»  
ectos

50.000 millones de euros el dinero prestado a los diferentes países de la UE, que al final fueron 60.000 millones.

**P** ¿Qué hará ahora?

**R** Si se nos pide que aumentemos de nuevo la capacidad de préstamos y obtenemos capital suficiente estamos dispuestos a mantener las aportaciones.

**P** El BEI ha sido una herramienta clave para impulsar el crecimiento de las diferentes regiones y dinamizar las inversiones en I+D, educación u

blica. ¿Acuden las instituciones públicas, empresas y universidades a las puertas en esos sectores? ¿Son los que la han abierto? ¿El grifo de

**R**

sistema bancario. Hemos mantenido una actividad constante a pesar de todo. Es el principal receptor de las líneas de financiación antes y a pesar de la crisis tenemos confianza en que las medidas anunciadas den sus frutos. La posición de nuestra economía en la Unión Europea y el comercio de

**P** ¿E

“

Erwerben Sie die Fähigkeit, als Spezialist für Wirtschaftsjournalismus zu arbeiten, mit einem qualitativ hochwertigen Programm, das Ihnen die Fähigkeiten eines erstklassigen Profis vermittelt"

Wirtschaftsnachrichten nehmen heute einen immer größeren Raum in den Medien ein. In den Radio- und Fernsehnachrichten, auf den Titelseiten der Printmedien, in den Online-Zeitungen und bei den Nachrichtenagenturen werden fast täglich Wirtschaftsnachrichten veröffentlicht: Arbeitslosenzahlen, Erhöhung oder Senkung der Mehrwertsteuer, Entlassungen in Unternehmen, Schaffung neuer Arbeitsplätze, usw.

In der Politik, sogar im Sport und in verschiedenen Bereichen der Gesellschaft, insbesondere in der Geschäftswelt, ist ein großes Interesse an der Wirtschaft, ihrer Bedeutung und ihrem Einfluss zu beobachten. Die Schaffung von Arbeitsplätzen oder Entlassungen sind immer Nachrichten von gesellschaftlichem Interesse, die von politischen Parteien, Gewerkschaften, Arbeitgebern und Arbeitnehmern selbst aufgegriffen und bewertet werden. Wenn die Wirtschaft wächst, herrscht "sozialer Optimismus", aber wenn die Wirtschaft kriselt und schrumpft, wird die Gesellschaft pessimistisch und fast depressiv.

Um in diesem Bereich effektiv kommunizieren zu können, benötigen Journalisten eine spezielle Weiterbildung, die es ihnen ermöglicht, die Daten, mit denen sie arbeiten, zu verstehen, die Informationen angemessen zu analysieren und journalistische Beiträge zu verfassen, die wirtschaftliche Grafiken und andere visuelle Formen der Informationszusammenstellung enthalten.

Die in den Modulen erarbeiteten Inhalte analysieren die Ursprünge des Wirtschaftsjournalismus, die nützlichsten Techniken der Nachrichtenbeschaffung, ihre Quellen und die Arbeit des auf diese Art von Informationen spezialisierten Journalisten. All dies wird durch audiovisuelle Mittel, ergänzende Lektüre und praktische Übungen nach der *Relearning*-Methode vermittelt, die sich auf dynamisches Lernen konzentriert und das stundenlange Lernen und Auswendiglernen hinter sich lässt.

Dieser **Privater Masterstudiengang in Wirtschaftsjournalismus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten des Wirtschaftsjournalismus vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ 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



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

“

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

Das Dozententeam des Studiengangs in Wirtschaftsjournalismus verfügt über umfangreiche Erfahrungen in der Hochschullehre, sowohl im Grundstudium als auch im Aufbaustudiengang. Darüber hinaus bieten sie dem Programm ihre Sichtweise als aktive Fachleute an, was es ihnen ermöglicht, aus erster Hand etwas über den tiefgreifenden Wandel zu erfahren, den der Kommunikationssektor durchläuft.

Die Methodik der Masterstudiengänge, die an der TECH Technologischen Universität im Online-Format angeboten werden, ermöglicht es, die durch berufliche Verpflichtungen und das schwierige Gleichgewicht zwischen Beruf und Privatleben auferlegten Barrieren zu überwinden. Der Zugang zu Präsenzs Schulungen ist für diejenigen, die mit den täglichen Anforderungen der Arbeit beschäftigt sind, praktisch unmöglich. Deshalb ist dieses Programm die richtige Antwort auf ihren Weiterbildungsbedarf.

All diese Bildungsinhalte machen diesen Studiengang zu einer spezialisierten Qualifikation in Wirtschaftsjournalismus, die alle Aspekte zusammenfasst, die relevant und unentbehrlich sind, um den professionellen Journalisten zu einem echten Experten in den Bereichen zu machen, die mit dieser Art von Information zusammenhängen.

*Von der Art und Weise, wie Sie zählen, bis hin zu den Quellen wirtschaftlicher Informationen, mit denen Sie umgehen müssen: Dieses Programm gibt Ihnen alle Werkzeuge an die Hand, die Sie brauchen.*

*Machen Sie Fortschritte in einem der spannendsten Bereiche des Journalismus mit der Sicherheit der weltweit größten Online-Universität.*



# 02 Ziele

Der Studiengang Wirtschaftsjournalismus soll es Journalisten ermöglichen, ihre Karriere in diesem Bereich bestmöglich zu entwickeln. Zu diesem Zweck wurden die wesentlichen theoretischen Inhalte entwickelt, die ihnen die notwendigen Kenntnisse und Werkzeuge für den Übergang in die Praxis vermitteln, die während der gesamten Weiterbildung intensiv vertieft werden.



“

*Ein hochqualifizierter Prozess, der es Ihnen ermöglicht, die notwendigen Arbeitsroutinen zu erwerben, um wirtschaftliche Informationen in Expertenqualität zu planen, zu erhalten und zu übermitteln"*



## Allgemeine Ziele

---

- ♦ Schaffen einer theoretischen Grundlage für das Verständnis der Bedeutung des Wirtschaftsjournalismus als einer der Hauptstränge des Fachjournalismus
- ♦ Bereitstellen der grundlegenden Instrumente, um die Notwendigkeit der journalistischen Spezialisierung als elementaren Wert für die Zukunftsperspektive des Journalismus zu verstehen
- ♦ Untersuchen der Merkmale von Fachzeitschriften als Träger und Vehikel für die Übermittlung von Wirtschafts- und Unternehmensinformationen
- ♦ Analysieren der Bedeutung von Wirtschaftsinformationen im Hinblick auf ihre öffentliche Relevanz und ihr Interesse für die Gesellschaft
- ♦ Analysieren der wichtigen Unterschiede, die der Journalist bei der Aufbereitung von Wirtschaftsinformationen je nach dem Medium, in dem sie verbreitet werden sollen, beachten muss
- ♦ Erarbeiten von fortgeschrittenen Kenntnissen, so dass der auf Wirtschaftsjournalismus spezialisierte Journalist jedes der verwendeten journalistischen Genres ausarbeiten und die Werkzeuge für die tägliche Arbeit aufzeigen kann
- ♦ Aufzeigen, wie eine lokale, nicht spezialisierte Zeitung mit wirtschaftlichen Themen umgeht
- ♦ Bestimmen der Einflussfaktoren auf die Wirtschaftsnachrichten, sowohl bei der Auswahl der Themen als auch bei der Art und Weise, wie sie behandelt werden
- ♦ Zeigen, wie ein Korrespondent im wirtschaftlichen Bereich arbeitet
- ♦ Vermitteln von Kenntnissen über die Auswahl und Bearbeitung von Wirtschaftsnachrichten für die ausländische Presse
- ♦ Annähern an die Funktion des Notariats als Faktor der rechtlichen und wirtschaftlichen Sicherheit
- ♦ Aufzeigen der Funktionen einer Pressestelle eines Notarverbands und deren Einfluss auf die Wirtschaftspresse
- ♦ Untersuchen der sozioökonomischen Rahmenbedingungen, unter denen sportliche Aktivitäten stattfinden
- ♦ Aneignen der verschiedenen mit dem Sport verbundenen Geschäftsmodelle
- ♦ Erkennen, wie sich die wirtschaftliche Tätigkeit des Sports auf andere Aspekte der Gesellschaft auswirkt
- ♦ Verbessern der Qualität des Finanzjournalismus durch die Ausbildung von Personen, die in der Lage sind, Finanzprozesse zu verstehen, zu analysieren, zu interpretieren und darüber zu berichten
- ♦ Analysieren und Verstehen des Fischereisektors und seiner Institutionen, um im Wirtschaftsteil eines Medienunternehmens berichten zu können
- ♦ Umgehen mit der fischereispezifischen Terminologie im Bereich der Wirtschaft
- ♦ Aufbauen von Fachwissen über die Verbreitung von Fischereimeldungen in den Medien
- ♦ Identifizieren der relevanten Konzepte innerhalb der wichtigsten Wissensgebiete der Wirtschaft und des Geschäftslebens
- ♦ Definieren einer grundlegenden Terminologie, die Verwirrung für den Leser, den Wirtschaftsexperten, vermeidet und Richtlinien für den Autor festlegt, die er bei der Darstellung der wichtigsten Ideen befolgen muss
- ♦ Vertiefen der Wirtschafts- und Geschäftsterminologie sowie Erkennen der zugrunde liegenden und relevanten Wissensgebiete in diesen Bereichen
- ♦ Vorlegen und Vorschlagen eines aktualisierten Glossars von Wirtschafts- und Geschäftsbegriffen, das die autonome und spezialisierte Entwicklung der korrekten Ausarbeitung von Texten ermöglicht



## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Wirtschaftsjournalismus

- ♦ Vermitteln von Grundbegriffen des Fachjournalismus und des Wirtschaftsjournalismus
- ♦ Verstehen der Notwendigkeit einer journalistischen Spezialisierung als Instrument zur Differenzierung des Journalismus in einem Kontext der "Informationsüberflutung"
- ♦ Entwickeln grundlegender Konzepte zum Verständnis des Wirtschaftsjournalismus
- ♦ Kennen der historischen Perspektive, um die aktuelle Situation zu verstehen und die Zukunftsperspektive des Wirtschaftsjournalismus zu erkennen

### Modul 2. Wirtschaftsjournalismus in Fachzeitschriften

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

### Modul 3. Wirtschaftsjournalismus in den audiovisuellen Medien

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

### Modul 4. Wirtschaftsjournalismus in einer Lokalzeitung

- ♦ Unterscheiden zwischen objektiven Nachrichten und konditionierten Informationen
- ♦ Aufzeigen einiger Berichtsroutinen (und Laster) in den Wirtschaftsnachrichten
- ♦ Untersuchen, inwieweit die Quantifizierung der Wirtschaftssprache den Lokaljournalismus beeinflusst hat
- ♦ Näherbringen des Studenten an die Realität des Wirtschaftsjournalisten, weit entfernt von der Vision, die in Filmen, Serien und anderen fiktiven Werken gezeigt werden kann
- ♦ Vermitteln von Instrumenten, die es den Studenten ermöglichen, sich ein eigenes Urteil über die in den lokalen Medien erscheinenden Wirtschaftsnachrichten zu bilden
- ♦ Unterstreichen der Übertragung der makroökonomischen auf die mikroökonomische Ebene durch den Lokaljournalismus

### Modul 5. Wirtschaftsjournalismus in ausländischen Medien

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

### Modul 6. Wirtschaftsjournalismus und Notarwesen

- ♦ Erläutern der Aufgaben des Notars als unparteiischer Beamter, der die Bevölkerung unterstützt, berät und die erforderliche rechtliche und wirtschaftliche Sicherheit gewährleistet
- ♦ Definieren des Berufsprofils eines Journalisten in einer Pressestelle eines Berufsverbandes, der täglich mit Wirtschaftsdaten zu tun hat
- ♦ Beschreiben der Bedeutung der neuen Technologien im Notariat und der grundlegenden Arbeit des *Community Manager* innerhalb der Organisation
- ♦ Aufzeigen, wie die Wirtschaftsdaten der Notarstatistik täglich im Wirtschaftsteil der Medien zu finden sind
- ♦ Erklären, wie das Notariat auf den Verbraucher zugeht, um seine Rechte zu verteidigen bei so alltäglichen Vorgängen wie dem Kauf einer Wohnung, der Unterzeichnung eines Hypothekendarlehens oder der Abwicklung einer Erbschaft, um nur einige zu nennen

### Modul 7. Journalismus, Wirtschaft und Sport

- ♦ Analysieren der verschiedenen Arten der Strukturierung von Sportunternehmen und wie sie zu Hauptakteuren in einem makroökonomischen Unternehmen werden
- ♦ Untersuchung der Bedeutung des Sports in den Medien und seiner sozialen Auswirkungen
- ♦ Überlegen, welche großen wirtschaftlichen Auswirkungen bestimmte Sportereignisse haben
- ♦ Untersuchen des neuen Sportjournalismus und der Bedeutung der sozialen Netzwerke in diesem Bereich

### Modul 8. Wirtschaftsjournalismus im Bankwesen

- ♦ Weiterbilden von Finanzjournalisten, die in der Lage sind, die Fakten zu verstehen und präzise zu analysieren
- ♦ Verbessern der Fähigkeit, Wirtschaftsdaten zusammenzufassen und zu interpretieren, um objektive Wirtschaftsnachrichten zu erstellen
- ♦ Besseres Verstehen des Finanzsektors, seiner Geschichte, des aktuellen Kontextes und der Kommunikationshebel, um eine Wirtschaftsnachrichtenstory produzieren zu können
- ♦ Verbessern der Qualität der von den Medien verbreiteten Wirtschaftsinformationen

### Modul 9. Wirtschaftsjournalismus und Primärsektor. Der Fischereisektor in der Wirtschaftspresse

- ♦ Analysieren der Informationsstruktur der nationalen Vereinigung der Fischhändler in der Wirtschaftspresse
- ♦ Auseinandersetzen mit der Informationsstrategie der Pressestellen des Fischereisektors
- ♦ Vertiefen der Informationsarbeit eines Journalisten, der auf den Fischereisektor spezialisiert ist
- ♦ Behandeln von Fischereimeldungen in Wirtschaftsmagazinen



### Modul 10. Wirtschaftliche und geschäftliche Konzepte und Terminologie

- ♦ Vertiefen und Identifizieren der Terminologie der allgemeinen Wirtschaft, Makroökonomie und Mikroökonomie, um die aktuelle wirtschaftliche Situation und ihren Einfluss auf die Gesellschaft und die Unternehmen zu kontextualisieren
- ♦ Vorstellen von Organisationen und Unternehmen anhand ihrer Terminologie, sowie die wichtigsten Beziehungen zu ihrem Umfeld und anderen Organisationen
- ♦ Erkennen der Rolle der Finanzen, der Finanzmärkte und der Börse in der heutigen Wirtschaftswelt und ihrer Bedeutung für Gesellschaft und Wirtschaft
- ♦ Definieren, anhand der Terminologie, die Buchhaltung als zentrales Instrument für das Management, die Besteuerung, die Darstellung von Jahresabschlüssen und die Bestimmung der Rentabilität von Unternehmen

“

*Das Ziel von TECH ist einfach: Ihnen ein qualitativ hochwertiges Programm mit den am besten entwickelten Lehrmethoden anzubieten, damit Sie mit geringem Aufwand die besten Ergebnisse erzielen können"*

03

# Kompetenzen

Journalistische Fachkräfte, die den Privaten Masterstudiengang in Wirtschaftsjournalismus absolvieren, haben ein Programm durchlaufen, das sie in die Lage versetzt, ihren Beruf in diesem Bereich mit der Sicherheit auszuüben, die sich aus der Spezialisierung durch ein Team von Experten mit umfassender Erfahrung in diesem Bereich ergibt.



“

*Lernen Sie, im Wirtschaftsbereich als Experte zu arbeiten, durch diese komplette Weiterbildung, die es Ihnen ermöglicht, die spezifischen Werkzeuge und Arbeitsweisen in diesem Bereich zu beherrschen"*



## Allgemeine Kompetenzen

---

- Handeln als Wirtschaftschonist anhand von realen theoretischen und praktischen Fällen
- Sicheres Arbeiten als Wirtschaftsjournalist
- Solventes Auftreten als Journalist in Kommunikationsbüros

“

*Bringen Sie sich in allen Bereichen der journalistischen Kommunikation in den verschiedenen Wirtschaftsbereichen auf den neuesten Stand mit diesem kompletten Programm, das Ihnen die Beherrschung aller neuen Prozesse und Arbeitsweisen ermöglicht"*





## Spezifische Kompetenzen

---

- Beherrschen des wirtschaftsjournalistischen Vokabulars
- Erkennen der Besonderheiten des Wirtschaftsjournalismus in Fachzeitschriften
- Nutzen der Instrumente des audiovisuellen Wirtschaftsjournalismus
- Arbeiten als Wirtschaftsjournalist für eine Lokalzeitung
- Analysieren des Wirtschaftsjournalismus in ausländischen Medien
- Solides Handeln im Wirtschaftsjournalismus und Notariatswesen
- Verfügen über ein breites Wissen in den Bereichen Journalismus, Wirtschaft und Sport
- Kennen der Besonderheiten des Wirtschaftsjournalismus im Zusammenhang mit dem Wasserstoff-Energietechnologie
- Beherrschen der Konzepte der Unternehmenskommunikation

# 04

# Kursleitung

Der Studiengang in Wirtschaftsjournalismus wird von Fachleuten aus der Branche unterrichtet, die über umfangreiche Erfahrungen im Journalismus und in der Lehre verfügen und versuchen, den Studenten einen aktuellen und hautnahen Einblick in den Beruf zu geben. Aus diesem Grund wurde ein Bildungsprogramm entwickelt, das sich besonders auf die berufliche Entwicklung aus einer Perspektive konzentriert, die vollständig an die Realität des Sektors angepasst ist.



“

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

## Leitung



### Dr. Ronda Iglesias, Javier

- ♦ Verantwortlicher Journalist für Nachrichten und Gerichtsverhandlungen bei Canal Sur Radio
- ♦ Präsident des Verwaltungsausschusses des Presseverbandes von Campo de Gibraltar
- ♦ Außerordentlicher Professor an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Sevilla
- ♦ Forscher
- ♦ Autor der Bücher *Nachbar im Dienst*, *Dreispitz im Dienst* und *Handbuch des Justizjournalismus* der Universität von Sevilla
- ♦ Promotion in Journalismus und Kommunikation an der Universität von Sevilla
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften, Universität von Sevilla
- ♦ Hochschulstudien in Rechtswissenschaften an der Universität Ouberta in Katalonien
- ♦ Auszeichnung "Ehrensoldat" von der UME, Militärische Notfalleinheit, Verteidigungsministerium, Stützpunkt Morón de la Frontera, Sevilla
- ♦ Nationale Auszeichnung der Spanischen Militärpolizei in der Sparte Radio
- ♦ Mitglied von: Presseverband von Sevilla, FAPE und Verband der Rechtskommunikatoren und -Berichterstatter



### Dr. Campra García de Viguera, Marián

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

## Professoren

### Fr. González Morales, Cristina

- ♦ Redakteurin und Reporterin bei Televisión Canaria
- ♦ Reporterin bei Informativos Telecinco
- ♦ Redakteurin und Moderatorin bei Canarias Radio La Autónoma
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus und Audiovisuelle Kommunikation an der Universität von Sevilla

### Hr. Figuereo Benítez, Juan Carlos

- ♦ Journalist, spezialisiert auf institutionelle und politische Kommunikation
- ♦ Journalist in der Redaktion von GN10 DIGITAL NEWS
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität von Sevilla
- ♦ Masterstudiengang in Institutionelle und Politische Kommunikation an der Universität von Sevilla

### **Fr. Gimeno Pons, Carolina**

- ♦ Leiterin der Abteilung für Kommunikation der Notariatskammer von Valencia
- ♦ Leiterin der Abteilung für Kommunikation und institutionelle Beziehungen der Notariatskammer von Valencia
- ♦ Leiterin der Abteilung für Kommunikation bei Dos Rodes BMW Motorrad
- ♦ Leiterin der Abteilung für Kommunikation der Plattform der vom Neuen Taxigesetz Betroffenen Personen
- ♦ Kommunikationsdirektorin von Civa Relaciones Públicas
- ♦ Journalistin bei der Nachrichtenagentur EFE
- ♦ Redakteurin bei Canal 9 RTVV
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaft: Journalismus an der Universität CEU Cardenal Herrera in Valencia

### **Hr. Lorenzo Pérez, Adrián**

- ♦ Spezialist für Kommunikation und institutionelle Beziehungen bei der CECABANK und der CECA
- ♦ Kommunikationsberater bei Pulpomatic
- ♦ Spezialist für Unternehmenskommunikation bei BBVA
- ♦ Berater bei Sanchis&Asociados
- ♦ Redakteur bei Faro de Vigo
- ♦ Redakteur bei La Voz de Galicia
- ♦ Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und Verwaltung an der Nationalen Fernuniversität
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität von Santiago de Compostela
- ♦ Masterstudiengang in Politische Kommunikation an der Stiftung José Ortega y Gasset
- ♦ Masterstudiengang in Marketing, Beratung und Politische Kommunikation an der Universität von Santiago de Compostela

### **Fr. Balbontín Valle, Patricia**

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

### **Hr. García Latorre, Andrés**

- ♦ Herausgeber und Koordinator der Zeitung La Voz de Cádiz
- ♦ Redakteur bei El Correo de Andalucía
- ♦ Redakteur und Moderator bei Cadena SER
- ♦ Privater Masterstudiengang in Community Management an der Nationalen Fernuniversität
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität von Sevilla

### **Dr. Martínez Leyva, Mónica**

- ♦ Journalistin, spezialisiert auf audiovisuelle Medien
- ♦ Reporterin in der Sendung Documental Centenarios auf Canal Sur TV
- ♦ Reporterin für Reportagen und Live-Übertragungen für Andalucía Directo auf Canal Sur TV
- ♦ Spezialistin für Digitales Marketing und Inhalte bei Infoautónomos
- ♦ Redakteurin bei El Economista
- ♦ Promotion in Journalismus und Kommunikation an der Universität von Sevilla
- ♦ Masterstudiengang in Institutionelle und Politische Kommunikation an der Universität von Sevilla
- ♦ Universitätsexperte in Kommunikation an der Universität von Granada



#### **Fr. Chamerois, Aurélie**

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

#### **Hr. Mateo Martín, Ignacio**

- ♦ Entwickler von Webanwendungen bei ATOS
- ♦ Gründer des digitalen Magazins La Paradinha
- ♦ Redakteur bei ABC de Sevilla im Ressort Wirtschaft und im Ressort Andalusien
- ♦ Redakteur bei Europa Press Andalucía
- ♦ Redakteur in der Pressestelle der andalusischen Umwelt- und Wasserbehörde
- ♦ Redakteur bei Estadio Deportivo
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität von Sevilla
- ♦ Leitender Techniker für die Entwicklung von Webanwendungen an der IES Mirasierra
- ♦ Offizieller Masterstudiengang in Internationale Beziehungen an der Universität Pablo de Olavide in Zusammenarbeit mit der Internationalen Universität von Andalusien

**Dr. Castañeda Taladríz, Margarita**

- ♦ Leiterin der Abteilung Kommunikation und Branding für den Finanzsektor
- ♦ Kommunikations- und Markenmanagerin, CECABANK
- ♦ Vize-Sekretariat für Unternehmensentwicklung, COAS
- ♦ Market Risk Analyst, Santander Bank
- ♦ Credit and Market Risk Analyst, Santander Investment
- ♦ Cecabank Master Classes und Mentorin bei den Projekten von Journalismus- und Kommunikationsstudenten im Rahmen des Study Abroad an der Universidad Camilo José Cela (Madrid)
- ♦ Dozentin für den ESCA-Risikokurs (ehemalige Cecabank Bankenschule)
- ♦ Promotion in Quantitativer Wirtschaftswissenschaft an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften, Statistik und Ökonometrie an der Universidad Carlos III von Madrid

**Fr. Elipe Fernández, Carolina**

- ♦ Mitglied der Abteilung für Nachhaltigkeit und Stakeholder Relations der CECA und der Cecabank
- ♦ Mitglied der Abteilung für Soziale Verantwortung der Unternehmen bei CECA
- ♦ Mitarbeiterin des Plans für Finanzielle Bildung (Bank von Spanien und CNMV)
- ♦ WSBI-ESBG-Mitarbeiterin
- ♦ Mitarbeiterin bei der Zeitschrift Ahorro
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften an der Universität Carlos III von Madrid
- ♦ Europäische Expertin für Soziale Unternehmensverantwortung von der Spanischen Vereinigung für Qualität



**Fr. Del Río Álvarez, María Jesús**

- ♦ Archivarin des Historischen Archivs der CECA
- ♦ Unternehmensbibliothekarin der Cecabank
- ♦ Dokumentarin und Bibliothekarin bei Docuteria
- ♦ Kuratorin der virtuellen Ausstellung des CECA "Sparen lernen"
- ♦ Bibliothekarin an Universitätseinrichtungen wie der Universität Complutense von Madrid, der Universität Camilo José Cela und der Universität CEU San Pablo
- ♦ Hochschulabschluss in Dokumentation an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Hochschulabschluss in Bibliothekswissenschaft und Dokumentation an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Mitglied von: Arbeitsgruppe der Bank von Spanien für "Historische Bankarchive", Allgemeiner Archivrat der Gemeinschaft Madrid (Mitglied)

**Fr. Pérez Sigüenza, Marta**

- ♦ Supply Chain Operations bei Airbus Crisa
- ♦ Composite Materials Procurement bei Airbus
- ♦ Spezialistin für Beschaffung bei Tramas+
- ♦ Dozentin an der Universität Pablo de Olavide
- ♦ Promotion in Strategisches Management und Internationale Wirtschaft an der Universität von Sevilla
- ♦ Doppelhochschulabschluss in Wirtschaft und Recht an der Universität Pablo de Olavide
- ♦ MBA an der Universität von Málaga
- ♦ Masterstudiengang in Innovation und Entscheidungsfindung an der Universität von Alcalá

**Dr. Sánchez-Gey, Nuria**

- ♦ Projektdirektorin und Leiterin der Kommunikationsabteilung der Stiftung José Manuel Lara
- ♦ Journalistin, Nachrichtenredakteurin und Reporterin für aktuelle Themen bei Informativos Telecinco
- ♦ Dozentin für den Studiengang Kommunikation und den Studiengang Digitale Kommunikation an der Universität San Isidoro
- ♦ Dozentin für den Masterstudiengang in Sportjournalismus an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Sevilla
- ♦ Dozentin an der Andalusischen Reporterschule
- ♦ Interuniversitäre Promotion in Kommunikation an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Sevilla im Fachbereich Journalismus
- ♦ Hochschulabschluss in Kommunikation, Fachbereich Journalismus, an der Fakultät für Informationswissenschaften der Universität von Sevilla
- ♦ Diplom für Weiterführende Studien in Journalismus an der Universität von Sevilla
- ♦ Internationales Kommunikationspraktikum an der Universität von Lagos, Portugal

**Fr. González Martínez, Mónica**

- ♦ Technikerin für Interne Kommunikation, Digitale Transformation und Marken: CECABANK und CECA (Madrid)
- ♦ Senior Controller für Kreditrisiken, Spanische Sparkassenvereinigung
- ♦ Back Office OTC-Derivate und Sicherheiten bei der Spanischen Sparkassenvereinigung
- ♦ Back Office OTC-Derivate bei GEOBAN
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften an der Autonomen Universität von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Finanzrisikomanagement am BME-Institut

# 05 Struktur und Inhalt

Die Inhalte dieser Weiterbildung wurden von den verschiedenen Dozenten dieses Programms mit einem klaren Ziel vor Augen entwickelt: zu gewährleisten, dass die Studenten jede einzelne der Fähigkeiten erwerben, die notwendig sind, um echte Experten im Wirtschaftsjournalismus zu werden. Ein umfassendes Kompendium, das es ihnen ermöglicht, alle Aspekte der verschiedenen Disziplinen in diesem Bereich zu erlernen, mit der Qualität eines gut strukturierten Programms, das sie zu höchsten Qualitätsstandards und Erfolg führen wird.





de Blatter  
a regeneración  
mundial

elegerá a su sustituto al frente  
mandato "no tiene todo el apoyo"

refundar

PROTECTOR NARANJA.  
AS ELEGIDO  
BIEN.

ING DIRECT  
People in Progress

omista.es  
AÑO X Nº 2.851 SEGUNDA EDICIÓN Precio 1,70€

emana la tarifa  
eligentes' PAG. 5  
Hacienda ataca a los que  
no fueron a la amnistía  
Por Esáu Alarcón PAG. 4

ministrato'  
a economía

le ocho miembros del Ejecutivo  
se ha convertido  
de confianza de Ra-  
asignarle la misión  
ros económicos a  
presidente contarán  
el apoyo de la se-  
cretaría general del PP, María Do-  
lores de Cospedal, y de ocho de los  
miembros de su actual Ejecutivo.  
Tanto Guindos, en Economía, como  
Montoro, en Hacienda, seguirán  
en el Gobierno. PAG. 20

El juez Eloy Velasco amplió ayer el cerco por la corrupción sobre el Gobierno saliente del PP en la Comunidad de Madrid al citar como imputados a dos consejeros: Lucía Figar (Educación) y Salvador Victoria (Presidencia). El anuncio de nuevas imputaciones en el caso Púnica complica que Cristina Cifuentes (PP) logre el apoyo imprescindible de Ciudadanos para regir en Madrid, y marcó las reuniones que mantuvo ayer el líder del partido emergente, Albert Rivera, con Mariano Rajoy y Pedro Sánchez. **PÁGINAS 33 Y 36**  
EDITORIAL EN LA PÁGINA 30

El empleo se dispara con más de 200.000 nuevos afiliados

MANUEL V. GÓMEZ. Madrid La mejora laboral se acelera. En mayo la afiliación a la Seguridad Social creció en 213.015 nuevos cotizantes y el desempleo cayó en 117.895 parados. Hay que remontarse hasta 2005 para encontrar un dato mejor de afiliación. Los contratos temporales y el empleo a tiempo parcial siguen creciendo con fuerza. **PÁGINA 39**

ADÉMÁS  
Los equipos de rescate chinos buscaban ayer a más de 400 desaparecidos en el naufragio de un crucero en el río Yangtsé. **PÁG. 76**  
Primer caso de difteria en España desde 1987. **PÁG. 224**  
Iberia vuelve a contratar pilotos 11 años después. **PÁG. 141**  
150 fotos para 50 años de historia latinoamericana. **PÁG. 227**

400 desaparecidos en un naufragio en China

Primer caso de difteria en España desde 1987

Iberia vuelve a contratar pilotos 11 años después

Europa y el FMI negociarán como una sola voz con Grecia  
Angela Merkel impulsa una propuesta común  
Una vez más, la canciller alemana Angela Merkel tiró de los hilos y logró que las instituciones europeas y el Fondo Monetario Internacional unieran sus voces para exigir a Grecia que...



## «HAY QUE DEFENDER LOS VALORES DE EUROPA CON DETERMINACIÓN»

Los Reyes agradecen la «potencia y grandeza» con que Francia los ha recibido en visita de Estado y recuerdan que «cuando actuamos en estrecho entendimiento impulsamos mejor el progreso»

[Enfoque y páginas 26 y 27]

¿PROBLEMAS DE ERECCIÓN?  
Terapia de Ondas  
• Estimula la generación de vasos sanguíneos en la zona.  
• No invasivo e indoloro  
¡LLAMA YA! 902 907 888  
Liberos Mundiales en Salud Sexual Masculina [WWW.BOSTON.ES](http://WWW.BOSTON.ES)

Felipe VI y Doña Letizia, ayer, cumplimentados por Hollande en el Eliseo

## diálogo con Ciudadanos

Rivera traslada a PP y PSOE... Abordar el pacto... organizaciones locales harán los pactos... jefes del Gobierno y la oposición

Blatter deja la FIFA cuatro días después de su reelección

El escándalo de los sobornos agrava el aislamiento mundial del mandatario deportivo

Joseph Blatter, el radopoleos... del fútbol mundial y presidente de la FIFA, lanzó ayer la toalla como consecuencia del escándalo de los sobornos. Pese a haber sido reelegido cuatro días antes, anunció su marcha para buscar un sucesor, antes del 2016. **DEPORTES**



Ein sehr komplettes Programm, 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. Wirtschaftsjournalismus

- 1.1. Die aktuelle Landschaft des Wirtschaftsjournalismus
  - 1.1.1. Strukturelle Einschränkungen
  - 1.1.2. Arbeitsroutinen
  - 1.1.3. Technologisches Umfeld
- 1.2. Wichtige Konzepte im Wirtschaftsjournalismus
  - 1.2.1. Was ist Fachjournalismus?
  - 1.2.2. Bereiche des Fachjournalismus
  - 1.2.3. Der Wirtschaftsjournalismus
- 1.3. Die Ursprünge der journalistischen Spezialisierung. Der Wirtschaftsjournalismus
  - 1.3.1. Mediensättigung mit allgemeinen Informationen
  - 1.3.2. Krise der Leserschaft von Printmedien
  - 1.3.3. Fragmentierung des Massenpublikums
- 1.4. Entstehung von Fachpublikationen
  - 1.4.1. Historische Perspektive
  - 1.4.2. Wichtigste Überschriften
  - 1.4.3. Einbringung von Spezialisten in allgemein ausgerichtete Redaktionen
- 1.5. Neue Rollen für traditionelle Medien
  - 1.5.1. Die Qualitätsinformation
  - 1.5.2. Die Referenzmedien
  - 1.5.3. *Slow Journalism*
- 1.6. Fähigkeit der journalistischen Information, Fachwissen zu vermitteln
- 1.7. Spezialisierungsgrad der Wirtschaftspresse
  - 1.7.1. Wirtschaftsjournalismus in allgemeinen Veröffentlichungen
  - 1.7.2. Fachpresse
  - 1.7.3. Wirtschaftsjournalismus in Funk und Fernsehen
- 1.8. Die Praxis des Wirtschaftsjournalismus
  - 1.8.1. Wichtigste journalistische Gattungen
  - 1.8.2. Führende wirtschaftsjournalistische Publikationen in der Welt
  - 1.8.3. Führende wirtschaftsjournalistische Publikationen in Spanien

- 1.9. Kommunikationsschwierigkeiten zwischen Journalisten und Fachleuten. Wechselnde Rollen in der Beziehung zu Informationsquellen
  - 1.9.1. Typologie der Informationsquellen
  - 1.9.2. Primärquellen für den Wirtschaftsjournalismus
  - 1.9.3. Die Beziehung zu den Kommunikationsbüros
- 1.10. Zukunftsperspektiven für den Wirtschaftsjournalismus
  - 1.10.1. Der Informationsmarkt
  - 1.10.2. Notwendigkeit der Spezialisierung
  - 1.10.3. Berufliche Chancen

## Modul 2. Wirtschaftsjournalismus in Fachzeitschriften

- 2.1. Wirtschaftsinformationen in Fachzeitschriften
  - 2.1.1. Boom der Wirtschafts- und Unternehmensnachrichten: die Rolle des Wirtschaftsjournalismus
  - 2.1.2. Was sind Fachzeitschriften: Einordnung?
  - 2.1.3. Die wichtigsten Wirtschafts- und Fachzeitschriften in Spanien
- 2.2. Behandlung von Wirtschaftsinformationen in einer Fachzeitschrift
  - 2.2.1. Welches sind die wichtigsten interessanten Themen?
  - 2.2.2. Struktur der Berichterstattung: Reportagen, Interviews, Nachrichten und Plattformen/Firmen
  - 2.2.3. Grundlagen zur Verwendung von Wirtschaftsbegriffen und grafischen Mitteln
- 2.3. Wie bereitet man Wirtschaftsinformationen für die Verbreitung in einer Fachzeitschrift auf?
  - 2.3.1. Reportagen
  - 2.3.2. Interviews: Kernfragen
  - 2.3.3. Nachrichten mit der größten Wirkung
- 2.4. Fachzeitschrift vs. Allgemeine und digitale Medien
  - 2.4.1. Vor- und Nachteile der Informationsverarbeitung
  - 2.4.2. Die wichtigsten Voraussetzungen für das Überleben von Papier im digitalen Zeitalter
  - 2.4.3. Loyalität und Gewinnung neuer Leser

- 2.5. Hauptquellen des Wirtschaftsjournalismus
    - 2.5.1. Öffentliche Verwaltungen
    - 2.5.2. Handelskammern
    - 2.5.3. Unternehmen und Verbände
  - 2.6. Wirtschaftssektoren in der Fachpresse
    - 2.6.1. Primärsektor
    - 2.6.2. Industrie
    - 2.6.3. Dienstleistungen
  - 2.7. Beziehung zwischen Unternehmen und Wirtschaftszeitschriften
    - 2.7.1. Warum Unternehmen kommunizieren müssen
    - 2.7.2. Vorteile der Unternehmenskommunikation
    - 2.7.3. Welche Art von Informationen möchten die Unternehmen weitergeben?
  - 2.8. Wie sich unterschiedliche Konjunkturzyklen auf Wirtschaftszeitschriften auswirken
    - 2.8.1. Auswirkungen auf die Werbung
    - 2.8.2. Auswirkungen auf die Information
    - 2.8.3. Ressourcen für das Überleben in Zeiten der Krise
  - 2.9. Wie das auf Wirtschaftsjournalismus spezialisierte Magazin funktioniert
    - 2.9.1. *Staff* und Personalfunktionen
    - 2.9.2. Medienprofil und Zielpublikum
    - 2.9.3. Themen von Interesse
  - 2.10. Ergänzende Aktivitäten und *Networking*
    - 2.10.1. Auszeichnungen
    - 2.10.2. Redaktionsausschüsse
    - 2.10.3. Monografien
- 
- Modul 3. Wirtschaftsjournalismus in den audiovisuellen Medien**
- 3.1. Wirtschaftsinformationen in den verschiedenen audiovisuellen Medien
    - 3.1.1. Wirtschaftsinformationen in Fernsehen, Radio und Internet
    - 3.1.2. Formate und Schlüssel für die Verwendung der Sprache
    - 3.1.3. Welche Wirtschaftsnachrichten von Interesse sind
    - 3.1.4. Bibliographie und "Webgraphie"
  - 3.2. Wirtschaftsinformationen im Fernsehen: die Nachrichten
    - 3.2.1. Neuigkeiten in den Nachrichten
    - 3.2.2. Liveübertragungen in den Nachrichten
    - 3.2.3. Bibliographie und "Webgraphie"
  - 3.3. Wirtschaftsinformationen im Fernsehen: die Magazinsendung
    - 3.3.1. Berichte im Magazinprogramm
    - 3.3.2. Liveübertragungen im Magazinprogramm
    - 3.3.3. Liveübertragung
    - 3.3.4. Liveübertragung mit Interview
    - 3.3.5. Bibliographie und "Webgraphie"
  - 3.4. Andere Formate für die Wirtschaftsberichterstattung im Fernsehen
    - 3.4.1. Ausführlicher Bericht
    - 3.4.2. Tails
    - 3.4.3. Tails + Statement
    - 3.4.4. Batterie von Statements
    - 3.4.5. Bibliographie und "Webgraphie"
  - 3.5. Präsenz von Wirtschaftsinformationen im Radio
    - 3.5.1. Medien- und Referenzprogramme
    - 3.5.2. Wie der Beitrag über Wirtschaftsinformationen für das Radio produziert wird
    - 3.5.3. Die Bedeutung der richtigen Sprache
    - 3.5.4. Bibliographie und "Webgraphie"
  - 3.6. Wirtschaftsjournalismus im Internet
    - 3.6.1. Finanzportale und digitale Fachzeitungen
    - 3.6.2. Schreiben von Wirtschaftsnachrichten in einem Online-Medium
    - 3.6.3. Bibliographie und "Webgraphie"
  - 3.7. Wirtschaftsjournalismus im Dienste der Unternehmen
    - 3.7.1. *Content Marketing* und spezialisierte Websites
    - 3.7.2. Der Fall Infoautónomos
    - 3.7.3. Wirtschaftsinformationen und *Branded Content: Webinars* und e-Books
    - 3.7.4. Bibliographie und "Webgraphie"

- 3.8. Die Formulierung von Wirtschaftsinformationen nach SEO
  - 3.8.1. Die Bedeutung von *Keywords*
  - 3.8.2. Tools, die Ihr Leben leichter machen
  - 3.8.3. Bibliographie und "Webgraphie"
- 3.9. Der Tourismus als Motor der Wirtschaftsinformation I
  - 3.9.1. Fakten und Zahlen, die ihre enge Verbindung belegen
  - 3.9.2. Welche Daten aus dem Sektor die audiovisuellen Medien erreichen
  - 3.9.3. Wie wirtschaftliche Informationen aus dem Tourismussektor vermittelt werden
  - 3.9.4. Bibliographie und "Webgraphie"
- 3.10. Der Tourismus als Motor der Wirtschaftsinformation II
  - 3.10.1. Das Monument der Alhambra als Generator von Wirtschaftsinformationen
  - 3.10.2. Sierra Nevada und ihre Zahlen
  - 3.10.3. Bibliographie und "Webgraphie"

#### Modul 4. Wirtschaftsjournalismus in einer Lokalzeitung

- 4.1. Wirtschaft in den Lokalmedien
  - 4.1.1. Welche Wirtschaftsinformationen sind in einer Lokalzeitung von Interesse?
  - 4.1.2. Das Problem des Interesses: genau sein und zugänglich sein
  - 4.1.3. Welchen Stellenwert hat die Wirtschaftsinformation in einer Lokalzeitung?
- 4.2. Der Wirtschaftsjournalist in einem lokalen Medium
  - 4.2.1. Wer ist für die Wirtschaftsberichterstattung zuständig?
  - 4.2.2. Die Vorteile von Lokaljournalisten im Bereich der Wirtschaft
  - 4.2.3. Drohungen eines Lokaljournalisten
- 4.3. Lokaljournalismus in Krisenzeiten
  - 4.3.1. Was verstehen wir unter einer Krise und wie beeinflusst sie die Information?
  - 4.3.2. Die Wirtschaftskrise von 2008
  - 4.3.3. COVID-19 und seine Verbreitung
- 4.4. Lokale Veranstaltungen und die Wirtschaft
  - 4.4.1. Die Wirtschaft zur Messung des Erfolgs einer Veranstaltung
  - 4.4.2. Der Karneval von Cádiz als Beispiel für die Festwirtschaft
  - 4.4.3. Die Motorada, wenn die Wirtschaft den Event übertrumpft

## La recuperación del gigante asiático

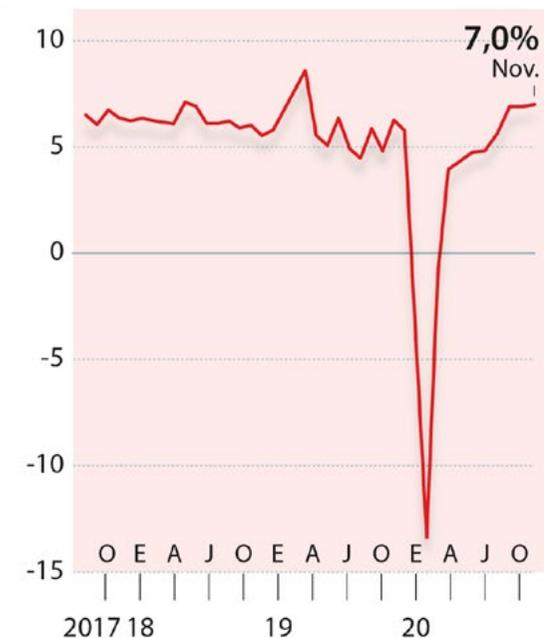
### Evolución del PIB

En porcentaje. Variación trimestral



### Producción industrial

En porcentaje



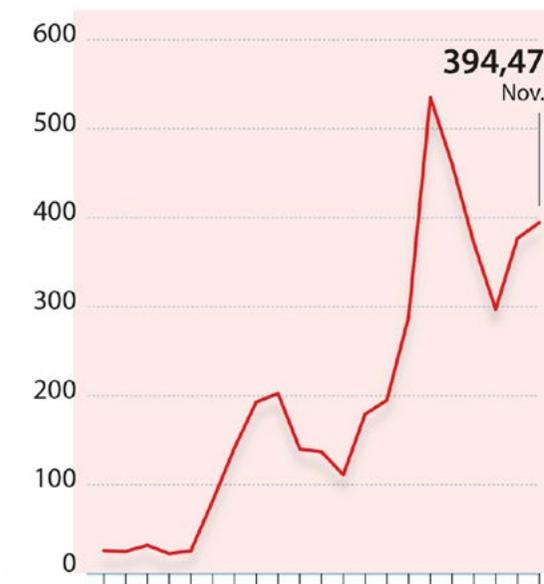
### Ventas al por menor

En porcentaje



### Balanza comercial

En miles de millones de euros



- 4.5. Arbeitskonflikte und Medienberichterstattung in der Wirtschaftspresse
    - 4.5.1. Mobilisierungen der Arbeitnehmer
    - 4.5.2. Entlassungen
    - 4.5.3. Der Standpunkt des Journalisten
  - 4.6. Die Beziehung von Journalisten zu Unternehmen
    - 4.6.1. Werbetreibende und Gegenwerbetreibende
    - 4.6.2. Interesse des Unternehmens versus Interesse des Lesers
    - 4.6.3. Die Kabinette sind wieder konditioniert
  - 4.7. Große Unternehmen und ihre Darstellung im Wirtschaftsteil der Presse
    - 4.7.1. Was macht ein Unternehmen groß?
    - 4.7.2. Navantia, ein Unternehmen mit Geschichte
    - 4.7.3. Airbus, die Hoffnung
  - 4.8. Wirtschaftsakteure im Lokaljournalismus
    - 4.8.1. Unternehmer
    - 4.8.2. Gewerkschaften
    - 4.8.3. Politiker
  - 4.9. Der Streik. Information vs. Propaganda
    - 4.9.1. Zahlen und Berichte in der Lokalpresse
    - 4.9.2. Die Bedeutung des Kontexts
    - 4.9.3. Information versus Propaganda
  - 4.10. Die Wirtschaft in einer Zeitung außerhalb der Zeitung
    - 4.10.1. Beilagen als Alternative
    - 4.10.2. Veranstaltungen
    - 4.10.3. In einer Zeitung sein, ohne zu erscheinen
- Modul 5. Wirtschaftsjournalismus in ausländischen Medien**
- 5.1. Wirtschaftsinformationen in ausländischen Medien
    - 5.1.1. Welche Wirtschaftsinformationen sind für Ausländer von Interesse?
    - 5.1.2. Welchen Stellenwert haben außenwirtschaftliche Informationen?
    - 5.1.3. Die Bedeutung der Verbindung zur lokalen Wirtschaft
  - 5.2. Der Auslandskorrespondent und der Wirtschaftsjournalismus
    - 5.2.1. Korrespondententätigkeit im Bereich der Wirtschaft
      - 5.2.1.1. Nachrichtenagenturen
      - 5.2.1.2. Herausforderungen für Wirtschaftskorrespondenten
  - 5.3. Die Notwendigkeit von Kontext in der Berichterstattung über die Außenwirtschaft
    - 5.3.1. Lebensstandard und Arbeitsmarkt
    - 5.3.2. Wirtschaftliche Referenzdaten
    - 5.3.3. Spanien in Europa
  - 5.4. Die Entwicklung des Wirtschaftsjournalismus in ausländischen Medien seit 2000
    - 5.4.1. Das "Wirtschaftswunder"
      - 5.4.1.1. Die Wirtschaftskrise
      - 5.4.1.2. COVID-19
  - 5.5. Große Unternehmen und Medienpräsenz in ausländischen Wirtschaftsnachrichten
    - 5.5.1. Die meistverfolgten spanischen Unternehmen
      - 5.5.1.1. Französische Unternehmen in Spanien
      - 5.5.1.2. Das *Startup Hub* in Barcelona
  - 5.6. Die Suche nach neuen Modellen und die Verbreitung in ausländischen Medien
    - 5.6.1. Spanien, ein Modell für Innovation
    - 5.6.2. Der Tourismus, Spaniens Wirtschaftsmotor
    - 5.6.3. Die Bedeutung der Familie als Schockabsorber in Krisensituationen
  - 5.7. Wenn die Wirtschaft die Politik erklärt. Verbreitung in ausländischen Medien
    - 5.7.1. Die Wirtschaftskrise und ihre politische Lesart
    - 5.7.2. Das spanische Territorialsystem und die Befugnisse der Autonomen Gemeinschaften
    - 5.7.3. Der Katalonien-Konflikt
  - 5.8. Systemmängel und Medieneinfluss in der ausländischen Presse
    - 5.8.1. Die Schattenwirtschaft
    - 5.8.2. Korruption und Drehtürgeschäfte
    - 5.8.3. Der Fall der verzögerten Hilfe während der COVID-19-Krise
  - 5.9. Die Gesprächspartner als Informationsquellen im Wirtschaftsjournalismus
    - 5.9.1. Verwaltungen
    - 5.9.2. Unternehmen
    - 5.9.3. Gewerkschaften
  - 5.10. Instrumente der Wirtschaftsberichterstattung für ausländische Medien
    - 5.10.1. Vernetzung
    - 5.10.2. Nationale und lokale Wirtschaftsinformationen
    - 5.10.3. Der Alltag

## Modul 6. Wirtschaftsjournalismus und Notarwesen

- 6.1. Notarielle Tätigkeit als Garant für rechtliche und wirtschaftliche Sicherheit
  - 6.1.1. Das Notariat als öffentlicher Dienst und Garant der Rechtmäßigkeit im außergerichtlichen Rechtsverkehr
  - 6.1.2. Öffentlicher Glaube und präventive Rechtssicherheit in wirtschaftlichen Verfahren
  - 6.1.3. Geldwäscheprävention und Bekämpfung von Steuerbetrug mit der Zentralstelle für Geldwäscheprävention des Notariats
- 6.2. Tägliche Arbeit in der Pressestelle eines Notariatsverbandes. Verarbeitung und Verbreitung von Wirtschaftsinformationen
  - 6.2.1. Einführung und Organisation
  - 6.2.2. Entwicklung und Verwaltung von Inhalten
  - 6.2.3. Verarbeitung und Verbreitung von Wirtschaftsinformationen
- 6.3. Die Bedeutung der neuen Technologien im Notariat im wirtschaftlichen Bereich
  - 6.3.1. Neues digitales Bürgerportal und elektronische Signatur
  - 6.3.2. Abteilung für soziale Medien und professionelle Nutzung sozialer Netzwerke
  - 6.3.3. Pflege der Website-Inhalte
- 6.4. Beziehungen zur Presse. Nachrichten aus dem Notariat im Wirtschaftsteil
  - 6.4.1. Verwaltung von Pressemitteilungen, Pressekonferenzen und Medieninterviews
  - 6.4.2. Nachrichten aus dem Notarwesen im Wirtschaftsteil
  - 6.4.3. Informationen in den Wirtschaftsmedien
- 6.5. Notarielle Daten von Interesse in den Wirtschaftsteilen der Medien:
  - 6.5.1. Verkauf und Kauf von Immobilien
  - 6.5.2. Hypothekendarlehen
  - 6.5.3. Gründung von Unternehmen
- 6.6. Besondere Behandlung der Daten über Ausländer, die Wohnungen kaufen und verkaufen, im Wirtschaftsteil
  - 6.6.1. Berichte über die Entwicklung der Immobilienverkäufe durch ausländische Staatsangehörige
  - 6.6.2. Medieninteresse am *Brexit* und seinen Folgen

- 6.7. Das Gesetz über Immobilienkreditverträge. Zentrale Konzepte für den Wirtschaftsjournalisten I
  - 6.7.1. Grundlegende Punkte des Gesetzes 6/2019 vom 16. März 2019 über Immobilienkreditverträge und die freie Wahl des Notars
  - 6.7.2. Verbraucherschutz und die Rolle des Notars in der vorvertraglichen Phase der Hypothekarkreditvergabe
  - 6.7.3. Wie hilft der Notar den Bürgern beim Kauf eines Hauses?
- 6.8. Der Notar bei der Gründung und Entwicklung eines Unternehmens. Zentrale Konzepte für den Wirtschaftsjournalisten II
  - 6.8.1. Der Notar bietet unparteiische und kostenlose Rechtsberatung an
  - 6.8.2. Gründung eines Unternehmens in weniger als 24 Stunden
  - 6.8.3. Geschäftliche Situationen, in denen die Hilfe eines Notars wichtig ist
- 6.9. Wirtschaft und Notariat auf Kongressen und Konferenzen. Der Wirtschaftsteil I
  - 6.9.1. Direkter Kontakt mit Verbraucherverbänden, um Vorträge von allgemeinem Interesse über Kauf und Verkauf, Hypotheken, Erbschaften usw. zu halten
  - 6.9.2. Notarielle Beiträge zu Büchern über Wirtschafts- und Handelsrecht sowie zu Foren und Seminaren
  - 6.9.3. Vereinbarungen mit Universitäten und Zusammenarbeit mit Institutionen
- 6.10. Krisensituationen und notarielle Tätigkeit. Der Wirtschaftsteil II
  - 6.10.1. Krisenkabinett
  - 6.10.2. Der Städteboom und die Krise von 2008
  - 6.10.3. Notarielle Tätigkeit während des Alarmzustands in Bezug auf COVID-19

## Modul 7. Journalismus, Wirtschaft und Sport

- 7.1. Profisport, Amateursport und E-Sport. Ein makroökonomisches Geschäft
  - 7.1.1. Profisport, ein makroökonomisches Geschäft. Transfers und Provisionen
  - 7.1.2. Medieninteresse am Amateursport: der Fall des Frauenfußballs
  - 7.1.3. Das Phänomen E-Sport
- 7.2. Verschiedene Modelle von Sportgesellschaften. Sportimperien
  - 7.2.1. Sportgesellschaften. Der Wert des Mitglieds
  - 7.2.2. Sport-Aktiengesellschaften. Neue Investoren, gesellschaftlicher Bekanntheitsgrad
  - 7.2.3. Amerikanische Franchises (NBA, MLB, NFL und NHL) und Sportimperien (Red Bull, City Football Group, Pozzo, Duchatelet, usw.)

- 7.3. Sport als Massenspektakel und Sozialisierung. Sport in der Wirtschaftspresse I
  - 7.3.1. Der Sport kennt bereits keine Grenzen mehr: NBA, American Football (*Superbowl*)
    - 7.3.1.1. Durchbrechung des Zeitplans: Die Übertragung in der Nacht (Amerika) öffnet eine weitere Tür
  - 7.3.2. Das Phänomen des "Stadionmuseums"
  - 7.3.3. COVID-19 kühlt die Sportindustrie ab
- 7.4. Idolatrie verkauft. Sport in der Wirtschaftspresse II
  - 7.4.1. Referenzen für offene Verbraucher: Kinder, Jugendliche und junge Menschen
  - 7.4.2. Helden ohne Grenzen: Die Globalisierung vergrößert die Fangemeinde
  - 7.4.3. Stars, wichtige Stützen beim Verkauf der TV-Rechte
- 7.5. Sport als Stütze des Fernsehpublikums. Sport in der Wirtschaftspresse III
  - 7.5.1. Die Macht der Liveübertragung, der Emotionen und der begeisterten Massen
  - 7.5.2. Ein wichtiger Anreiz für die Einführung von Zahlungsplattformen
  - 7.5.3. Abschied vom Karussell. Ungewöhnliche Termine für den lokalen Fan
- 7.6. Die Sponsoren: *'Quid pro quo'*
  - 7.6.1. Wettbüros, ein notwendiges Übel für Vereine
  - 7.6.2. Der moralische Konflikt zwischen Wettbüros und Medien
  - 7.6.3. Lokale Sponsoren, unerlässlich für das Überleben des Amateursports. Die moralische Verpflichtung des Lokaljournalisten
- 7.7. Die großen Auswirkungen des Sports auf die Weltwirtschaft und die Wirtschaftspresse
  - 7.7.1. Olympische Spiele und Weltmeisterschaften als wirtschaftliche Turbinen. Der Fall Barcelona 92
  - 7.7.2. Die *Champions League* als Quelle des Wohlstands und der Entwicklung des Tourismus
  - 7.7.3. Die Bosman- und Simutenkov-Entscheidungen. Steuerparadiese und Besonderheiten der Besteuerung
- 7.8. Die Medienbeobachtung prägt neue Formate. Wirtschaftliche Rentabilität und Presse
  - 7.8.1. *Champions League*, *Europa League*, *Copa Libertadores*, europäische Superliga?
  - 7.8.2. Die Anpassung des Sports an das Streben nach wirtschaftlicher Rentabilität. Der *Davis Cup* neu erfunden
  - 7.8.3. Die *Nations League* und der Abschied von den Freundschaftsspielen der Nationalmannschaften

- 7.9. *'Clickbait'* rückt die Rentabilität ins Rampenlicht
  - 7.9.1. Wenn Sport in den Medien aufhört, Sport zu sein
  - 7.9.2. Die Gefahr der Überpräsenz in den sozialen Medien
  - 7.9.3. Das kommerzielle Potenzial der 'menschlichen' Seite des Idols
- 7.10. Die stilistische Neuerfindung des Sportjournalismus zur Gewinnung von Zuschauern. Resonanz in der Wirtschaftspresse
  - 7.10.1. Der zurückgetretene Fänger: 'Journalist' spielen
  - 7.10.2. Ehemalige Sportler als Publikumsmagneten
  - 7.10.3. Die neue Sportsprache des digitalen Formats

**Modul 8. Wirtschaftsjournalismus im Bankwesen**

- 8.1. Der Sparssektor in der Geschichte der CECA
  - 8.1.1. Die Anfänge im Jahr 1928
  - 8.1.2. Die Ära der Expansion
  - 8.1.3. Die Umstrukturierung des Sektors
- 8.2. Die Bedeutung der Regulierung
  - 8.2.1. Warum ein regulierter Sektor
  - 8.2.2. Einrichtungen, die uns regulieren
  - 8.2.3. Auswirkungen der Regulierung auf die Aktivität
- 8.3. Soziale Projekte. Unser Markenzeichen
  - 8.3.1. Was ist das und wie wird es verbreitet?
  - 8.3.2. Eckdaten und Akteure
  - 8.3.3. Höhepunkte der Aktionen
- 8.4. Finanzielle Bildung. Eine notwendige Kompetenz im Jahr 2021
  - 8.4.1. Die Bedeutung der finanziellen Bildung in der Gesellschaft
  - 8.4.2. Eckdaten und Akteure
  - 8.4.3. Höhepunkte der Aktionen
- 8.5. Wie man eine Bilanz interpretiert
  - 8.5.1. Bestandteile der Jahresabschlüsse
  - 8.5.2. Wie man die Daten interpretiert
  - 8.5.3. Aggregierte Sektordaten

- 8.6. Soziale Netzwerke: ein wesentliches Element für die digitale Kommunikation eines Verbandes
  - 8.6.1. Kommunikationsstrategien der Verbände in sozialen Netzwerken
  - 8.6.2. Die Profile der Vereinigung CECA in den sozialen Netzwerken
  - 8.6.3. Generierung von Besuchern auf der Website
- 8.7. Profile in sozialen Netzwerken
  - 8.7.1. Profile der Verbände
  - 8.7.2. Programmieren von Inhalten
  - 8.7.3. Inhalte, die am besten funktionieren
- 8.8. Herausgabe einer Pressemitteilung
  - 8.8.1. Berichtenswertes Ereignis
  - 8.8.2. Auswahl der Medien und Versand der Mitteilung
  - 8.8.3. Messung von Auswirkungen
- 8.9. *Briefing* mit Journalisten: Verbreitung eines sektoralen Berichts
  - 8.9.1. Extraktion von Kernaussagen
  - 8.9.2. Auswahl des Übertragungsformats
  - 8.9.3. Medienaufruf
  - 8.9.4. Messung der Auswirkungen
- 8.10. Wie man eine Kampagne mit gesponserten Inhalten durchführt
  - 8.10.1. Zu übermittelnde Botschaften. Die Bedeutung der Erzählung
  - 8.10.2. Auswahl des Zielpublikums

## Modul 9. Wirtschaftsjournalismus und Primärsektor. Der Fischereisektor in der Wirtschaftspresse

- 9.1. Kreislaufwirtschaft und Medien
  - 9.1.1. Konzept der Wirtschaftsinformation
  - 9.1.2. Kreislaufwirtschaft
  - 9.1.3. Förderung der Kreislaufwirtschaft
- 9.2. Fischerei, Wirtschaft und Kommunikation in der Wirtschaftspresse
  - 9.2.1. Sozioökonomische Auswirkungen des Fischereisektors
  - 9.2.2. Gesellschaftliche Sorge um die natürlichen Ressourcen
  - 9.2.3. Nachhaltige Fischerei
  - 9.2.4. Meeresmüll
  - 9.2.5. Verbreitung von Informationen zur sozialen Sensibilisierung

- 9.3. Fischereiorganisationen und ihr Verhältnis zur Wirtschaftspresse
  - 9.3.1. Die lokalen Aktionsgruppen für die Fischerei (FLAGs)
  - 9.3.2. Der Nationale Verband der Fischergilden (FNCP)
  - 9.3.3. Spanischer Fischereiverband (CEPESCA)
- 9.4. Nationaler Verband der Fischergilden (FNCP). Instrumente zur Verbreitung in der Wirtschaftspresse
  - 9.4.1. Einrichtung einer Pressestelle
  - 9.4.2. Strategie der Berichterstattung
  - 9.4.3. Medien und Verbreitungsinstrumente
- 9.5. Der Fischereisektor in Zeiten der Pandemie. Verbreitung im Wirtschaftsteil
  - 9.5.1. Sektor der Grundbedürfnisse
  - 9.5.2. PSA und Sicherheitsmaßnahmen
  - 9.5.3. Medienresonanz
- 9.6. Fischereierzeugnisse und Gesundheit. Verbreitung im Wirtschaftsteil
  - 9.6.1. Verbreitung und Förderung von Fischereierzeugnissen
  - 9.6.2. Einfluss von Nachrichten auf gesellschaftliche Trends
  - 9.6.3. Projekte und Zuschüsse
- 9.7. Nachrichten aus dem Fischereisektor in Wirtschaftsmagazinen
  - 9.7.1. Einführung
  - 9.7.2. Zeitschrift Fischerei-Route
  - 9.7.3. Zeitschrift Meer
- 9.8. Fischerei-Nachrichten in der Wirtschaftspresse
  - 9.8.1. Presse
  - 9.8.2. Radio
  - 9.8.3. Fernsehen
- 9.9. Die Nachrichten des Nationalen Verbands der Fischergilden in der Wirtschaftspresse
  - 9.9.1. Informationsthemen
  - 9.9.2. Medienpräsenz in Radio und Fernsehen
  - 9.9.3. Auswirkungen auf die Presse und die digitale Presse
- 9.10. Fischerei-Terminologie für Wirtschaftsjournalisten
  - 9.10.1. Fachsprache
  - 9.10.2. Einige Beispiele für Nachrichten aus dem Fischereisektor mit Fachterminologie
  - 9.10.3. Terminologie

## Modul 10. Wirtschaftliche und geschäftliche Konzepte und Terminologie

- 10.1. Allgemeine Wirtschaftslehre für Wirtschaftsjournalisten I
  - 10.1.1. Makroökonomie
  - 10.1.2. Mikroökonomie
  - 10.1.3. Internationale Wirtschaft
- 10.2. Wirtschaft und Marktstruktur. Allgemeine Wirtschaftslehre für Wirtschaftsjournalisten II
  - 10.2.1. Käufer und Nachfrage
  - 10.2.2. Anbieter und Angebot
  - 10.2.3. Netzwerke und andere Strukturen
- 10.3. Organisationen, Unternehmen und Gesellschaften. Informationsquellen des Wirtschaftsjournalismus I
  - 10.3.1. Organisation als Ganzes
  - 10.3.2. Unternehmen, Marke und Umwelt
  - 10.3.3. Rechtsformen von Unternehmen
- 10.4. Andere Organisationsstrukturen als Informationsquellen des Wirtschaftsjournalismus II
  - 10.4.1. Unternehmensgruppen
  - 10.4.2. Stiftungen
  - 10.4.3. Wertschöpfungsketten
- 10.5. Unternehmen und Strategie. Zentrale Konzepte des Wirtschaftsjournalismus I
  - 10.5.1. Planung und Strategie
  - 10.5.2. Allgemeine und traditionelle Strategien
  - 10.5.3. Neue Unternehmensstrategien
- 10.6. Märkte und Finanzen. Zentrale Konzepte des Wirtschaftsjournalismus II
  - 10.6.1. Börse und Notierungen
  - 10.6.2. Fundamentalanalyse und technische Analyse
  - 10.6.3. Futures, Optionen und andere Finanzderivate
  - 10.6.4. Internationale Finanzmärkte
- 10.7. Finanzmanagement I
  - 10.7.1. Finanzierungsquellen
  - 10.7.2. Finanzielle Unternehmensstruktur
  - 10.7.3. Finanzierbarkeit, Solvenz und Liquidität
  - 10.7.4. Inkasso und Zahlungen

- 10.8. Buchhaltung und Wirtschaft: Finanzbuchhaltung und informative Daten II
  - 10.8.1. Allgemeiner Buchhaltungsplan
  - 10.8.2. Struktur der Buchhaltung
  - 10.8.3. Tabelle der Konten
- 10.9. Buchhaltung und Wirtschaft: interne Buchhaltung und Wirtschaftsnachrichten III
  - 10.9.1. Interne Buchhaltung
  - 10.9.2. Berechnung des Wertes
  - 10.9.3. Inventarverwaltung
  - 10.9.4. Kostenstrukturen
  - 10.9.5. Rentabilitätsanalyse
- 10.10. Wichtige Terminologie für Wirtschaftsjournalisten
  - 10.10.1. Einführung
  - 10.10.2. Häufige Verwechslungen
  - 10.10.3. Begriffsglossar



*Ein komplettes Programm, das Ihnen das Wissen vermittelt, das Sie brauchen, um zu den Besten zu gehören"*

06

# 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.

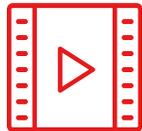
*Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.*

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.



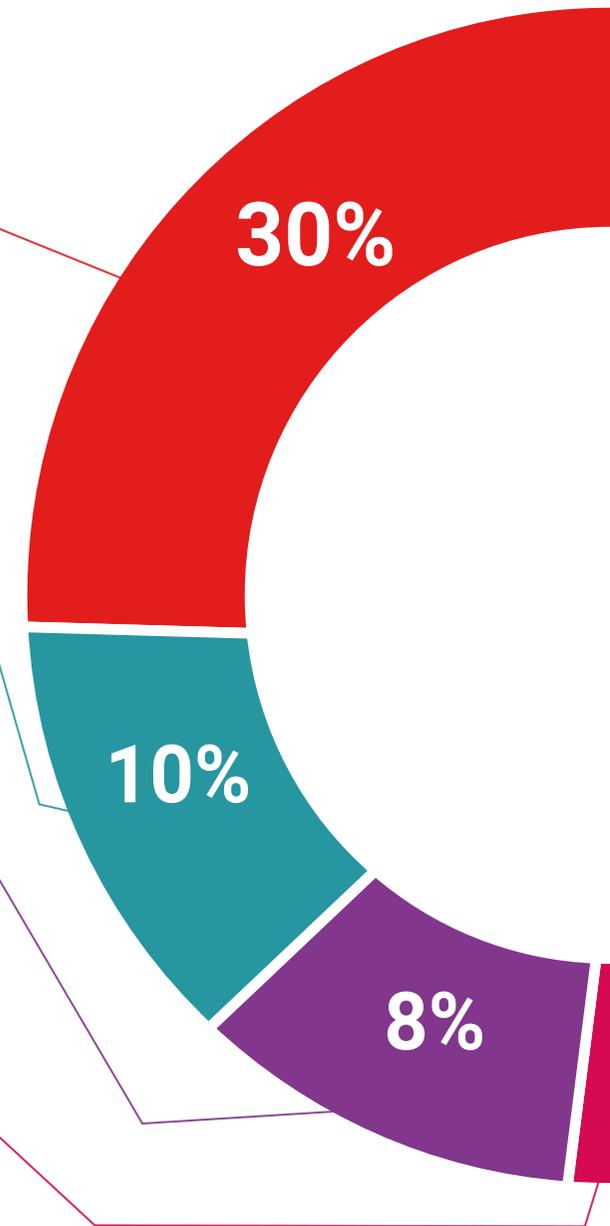
#### Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

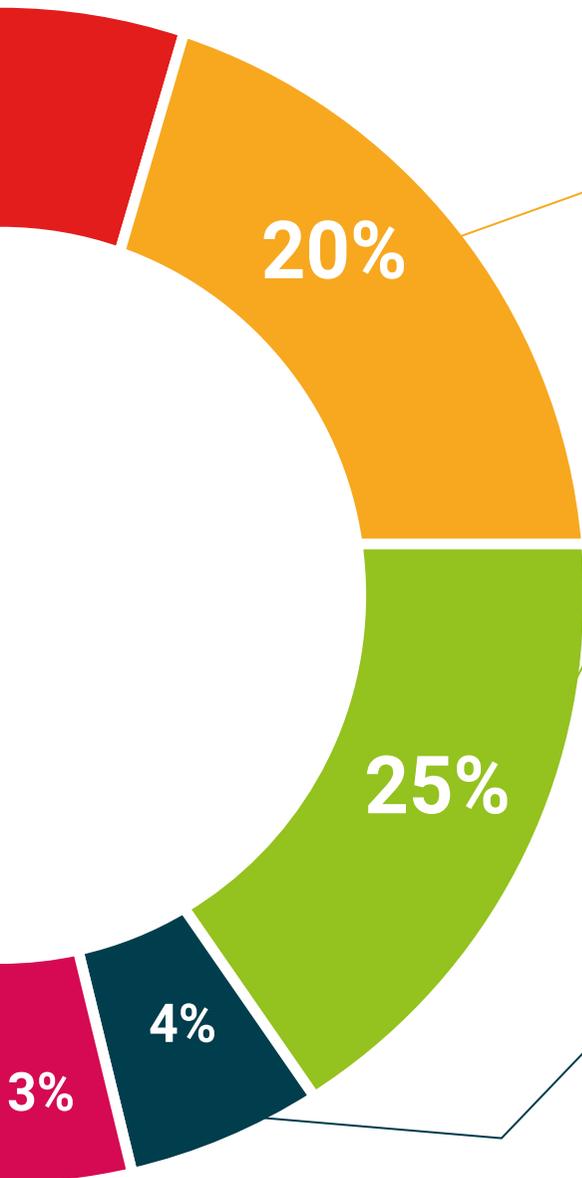
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### 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.



07

# Qualifizierung

Der Privater Masterstudiengang in Wirtschaftsjournalismus 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 Hochschulabschluss ohne  
lästige Reisen oder Formalitäten"*



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

Privater Masterstudiengang

Wirtschaftsjournalismus

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

# Privater Masterstudiengang Wirtschaftsjournalismus

