

Privater Masterstudiengang Kulturjournalismus



tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang Kulturjournalismus

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/masterstudiengang/masterstudiengang-kulturjournalismus

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 14

04

Kursleitung

Seite 20

05

Struktur und Inhalt

Seite 26

06

Methodik

Seite 36

07

Qualifizierung

Seite 44

01

Präsentation

Insbesondere Musik- und Filmfestivals haben in den letzten Jahrzehnten ein enormes Potenzial entwickelt, ohne dabei die Präsenz der Kunst in digitalen Umgebungen zu vergessen, an die sie sich anpassen konnte und die manchmal der Vorläufer ihrer eigenen Transformation war. Die Segmentierung des Publikums führte zur Entstehung eines spezialisierten Journalismus, der heute in allen seinen Nachrichtenformaten einen eigenen Bereich für kulturelle Kommunikation unterhält. Die Künstler selbst verlangen nach Verbreitung und fachkundigen Journalisten, die in der Lage sind, die Informationen angemessen zu übermitteln. Als Antwort auf diese Nachfrage wurde dieser Studiengang geschaffen, in dem die Studenten umfassende multimediale Inhalte finden, mit denen sie sich eingehend mit der Kultur in den konventionellen Medien und ihrer Integration in die digitale Welt befassen werden.





“

Möchten Sie sich dem Kulturjournalismus widmen? Oder möchten Sie Ihr eigenes kulturelles Informationsprojekt entwickeln? Dieser private Masterstudiengang vermittelt Ihnen das gesamte Wissen, das Sie brauchen"

Die zahlreichen digitalen Plattformen für den Zugang zu audiovisuellen Inhalten, Podcasts, die Verbreitung von Festivals vor Ort und online, Kunstausstellungen und die zahlreichen Medien, in denen man eine gute Lektüre genießen kann, haben dazu geführt, dass der Kultur heute unzählige Türen offen stehen, um die Bevölkerung zu erreichen. In diesem neuen Szenario verfügt der Kulturjournalismus auch über verschiedene Medien, um ein zunehmend segmentiertes Publikum und Konsumenten von kulturellen Inhalten zu erreichen.

Die Presse, der Rundfunk und das Fernsehen sind nach wie vor die aktuellen Medien, die sich verpflichtet haben, spezielle Rubriken für die Kultur zu unterhalten, auch wenn die digitale Welt den Journalisten unendlich viele Möglichkeiten eröffnet hat, kulturelle Informationen zu liefern. Dieser private Masterstudiengang bietet dem Studenten ein intensives und fortgeschrittenes Lernen in diesem Bereich durch einen Inhalt, in dem die neueste Technologie, die in der akademischen Lehre verwendet wird, Anwendung findet.

Durch innovatives Studienmaterial werden die Studenten in die Lage versetzt, sich mit dem aktuellen Markt des Kulturjournalismus, den interpretativen Genres, der Information in konventionellen Medien oder der Cyberkultur und dem digitalen Journalismus kultureller Inhalte auseinanderzusetzen. All dies mit einem theoretischen Ansatz, aber gleichzeitig praktisch dank des Beitrags des Dozententeams von realen Fällen, die es dem Studenten ermöglichen, eine klarere und direktere Vision von dieser journalistischen Spezialisierung zu erhalten.

Und das alles in einem 100%igen akademischen Online-Format, bei dem der Student seinen privaten Masterstudiengang jederzeit und überall abrufen kann. Sie benötigen lediglich einen Computer, ein Tablet oder ein Mobiltelefon mit einer Internetverbindung, um den Inhalt des Studienplans einzusehen. Ohne feste Unterrichtszeiten haben die Studenten die Freiheit, das Studienpensum nach ihren Bedürfnissen zu verteilen. Es ist daher eine ideale Universitätsfortbildung für Menschen, die ihre beruflichen und/oder persönlichen Verpflichtungen mit einem Abschluss verbinden möchten, der sie an die Spitze der akademischen Welt bringt.

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

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Kulturjournalismus vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Ein 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



Erweitern Sie Ihr Wissen im Kulturjournalismus und werden Sie ein relevanter Kommunikator für Film, Kunst und andere kulturelle Trends des Augenblicks"

“

Erreichen Sie einen höheren Grad an Professionalität im Kulturjournalismus durch die neueste Bildungstechnologie 100% online"

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie renommierte Fachleute von Referenzgesellschaften und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen den Fachleuten ein situiertes und kontextbezogenes Lernen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Training ermöglicht, das auf reale Situationen ausgerichtet ist.

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

In diesem Universitätsprogramm lernen Sie die neuen gesellschaftlichen Trends im Kulturjournalismus kennen.

Greifen Sie auf die neuesten Inhalte zum Thema Kulturjournalismus zu, wann immer Sie wollen und von Ihrem Computer aus. Schreiben Sie sich jetzt ein.



02 Ziele

Die Digitalisierung der Kultur macht es notwendig, dass sich Kommunikationsprofis mit neuen gesellschaftlichen Trends auseinandersetzen, nicht nur, weil die Kultur neue Ausdrucksformen erhält, sondern auch, weil der Journalismus, auch der Kulturjournalismus, neue Formate erhält und über neue Medien verbreitet wird. Am Ende der 12 Monate dieser Qualifizierung werden die Studenten eine globale Vision dieses Bereichs erlangt haben und über das notwendige Wissen und die Werkzeuge verfügen, um ihre journalistische Karriere voranzutreiben.





“

Ihnen stehen 1.500 Stunden intensives Studium über Kultur und Kulturmarketing zur Verfügung. Schreiben Sie sich jetzt ein”



Allgemeine Ziele

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



Steigen Sie in Ihrer beruflichen Laufbahn durch ein Universitätsdiplom auf, das Sie durch die neuen Themen des Kulturjournalismus führen wird. Schreiben Sie sich jetzt ein"





Spezifische Ziele

Modul 1. Der Kulturmarkt

- ♦ Erlernen der grundlegenden Konzepte, Prinzipien und Theorien der kulturellen Kommunikation und der Kulturindustrie im Kontext der Kultur
- ♦ Verstehen und Interpretieren der Realität auf der Grundlage kultureller Fähigkeiten und Verfahren
- ♦ Quellen verwalten, Projekte planen und verschiedene Methoden zur Problemlösung organisieren
- ♦ Das erworbene Wissen verstehen und anwenden, um neue und ungewohnte Probleme im Umfeld der verschiedenen Disziplinen zu lösen
- ♦ Kulturelle Phänomene studieren, erforschen und analysieren
- ♦ Die kulturelle Realität der zeitgenössischen Gesellschaften in der Kreativ- und Industrieindustrie verstehen

Modul 2. Kulturforschung, Management und Marketing

- ♦ Verstehen und Interpretieren von Daten der Realität auf der Grundlage von Fähigkeiten und Verfahren
- ♦ Verständnis der auf dem Studienplan basierenden Kenntnisse, um eine kritische Bewertung von Daten vornehmen zu können
- ♦ Werturteile zum Thema Marketing und Kultur abgeben
- ♦ Wissen, wie man kulturbezogene Kampagnen oder Produkte entwirft und produziert
- ♦ Demonstration von Verfahren zur Förderung kultureller Ideen

Modul 3. Analyse der Kultur

- ♦ Verstehen und wissen, wie man über die Kritik an kulturellen Praktiken reflektiert
- ♦ Untersuchung von kulturellen Phänomenen
- ♦ Die Komponenten und Ursprünge der kulturellen Verbreitung vertiefen und untersuchen
- ♦ Kennen, verstehen und studieren von kulturellen und sozialen Phänomenen und Methoden
- ♦ Analyse künstlerischer Sprachen und kultureller Codes, um verschiedene künstlerische und kulturelle Themen interpretieren und kritisieren zu können
- ♦ Die Prozesse des Kulturjournalismus identifizieren, um sie später anwenden zu können

Modul 4. Interkulturelle und alternative Kommunikation

- ♦ Fähigkeiten zum Verständnis der Bedeutung interkultureller Phänomene erkennen, entdecken und identifizieren
- ♦ Professionelle Konzepte anwenden, um weitere Forschung entwickeln und ausbauen zu können
- ♦ Künstlerische Sprachen und kulturelle Codes kennen, verstehen und analysieren
- ♦ Die Konzepte der Gleichheit und des Respekts im Kultursektor studieren und schätzen
- ♦ Die verschiedenen Bedingungen der Interkulturalität kennen
- ♦ Wissen, wie man heute Interkulturalität fördert

Modul 5. Kulturjournalismus in den Printmedien: interpretierende Genres

- ♦ Die Funktionsweise der Routinen des Kulturjournalismus in den Printmedien definieren
- ♦ Mit Texten arbeiten und sie interpretieren lernen
- ♦ Informationen beschaffen und wissen, wie man mit Quellen umgeht, um kulturelle Informationen in angemessener Weise zu formulieren
- ♦ Angemessener Umgang mit Informationsquellen
- ♦ Quellen und Daten im Fachgebiet Kultur verstehen und anwenden
- ♦ Wissen und die Fähigkeit besitzen, kulturelle und künstlerische Manifestationen zu lesen, zu interpretieren, zu bewerten und zu kritisieren

Modul 6. Kulturelle Informationen in der Presse

- ♦ Angemessene Definition der grundlegenden Konzepte des journalistischen Schreibens
- ♦ Die verschiedenen journalistischen Genres kennen
- ♦ Verbreitung kultureller Agenden in einer für ihre Verbreitung geeigneten Weise
- ♦ Die informativen und kommunikativen Prozesse im Kulturjournalismus kennen und identifizieren, um sie anschließend anzuwenden
- ♦ Die Fähigkeit besitzen, kulturelle Manifestationen zu bewerten und zu kritisieren
- ♦ Das Wissen, die Kapazität und die Fähigkeit erwerben, in der Sprache der einzelnen professionellen Medien zu informieren und zu kommunizieren

Modul 7. Kulturelle Informationen im Radio

- ♦ Die Funktionsweise von kulturellen Informationen in den Radiomedien verstehen
- ♦ Die verschiedenen kulturjournalistischen Genres, die im Radio verwendet werden, kennen und unterscheiden können
- ♦ Kulturelle Inhalte von Grund auf für das Radio erstellen lernen
- ♦ Die Vorteile dieses Mediums kennen, um mehr Hörer mit Informationen zu erreichen
- ♦ Entwerfen und Produzieren von Kampagnen oder kommunikativen Produkten im Bereich der Kultur
- ♦ Standardverfahren zur Förderung und Verbreitung von kulturellen Ereignissen und Fakten kennen und demonstrieren können
- ♦ Kommunikation in angemessener Sprache in den professionellen Medien
- ♦ Digitale Technologien kennen und nutzen, um bei der Produktion und Verbreitung von Kultur durch digitale Technologie innovativ zu sein

Modul 8. Visualisierung von Daten im Kulturjournalismus

- ♦ Die Ausarbeitung kohärenter Projekte zur Informationsübertragung auf minimale Weise
- ♦ Informationen klar und präzise kommunizieren und auf Lesbarkeit achten
- ♦ Kommunikation mit Strenge und Informationswert
- ♦ Kommunikation in einem kohärenten und erkennbaren Stil
- ♦ Konzeption und Produktion von Kampagnen oder Kommunikationsprodukten im Bereich Kommunikation
- ♦ Digitale Technologien kennen und nutzen, um bei der Produktion und Verbreitung von Kultur durch digitale Technologien innovativ zu sein

Modul 9. Kreatives Schreiben

- ♦ Durch Literatur lernen, zu konstruieren und zu rekonstruieren
- ♦ Analyse literarischer Prozesse in Journalismus und Kultur
- ♦ Die Erstellung von erzählerischen und attraktiven Inhalten, die mit der Verbreitung von kulturellen Inhalten auf kreative Weise verbunden sind
- ♦ Förderung der literarischen Kompetenz der Studenten
- ♦ Über kreatives Schreiben lernen und diskutieren
- ♦ Die verschiedenen journalistischen Arbeiten in Literatur und Erzählung zu verstehen und zu kennen, um sie in Zukunft ausführen zu können
- ♦ Die Schlüssel für gutes journalistisches Schreiben in den Medien kennen und lernen
- ♦ Wissen, wie man kurze Berichte oder Rezensionen schreibt, die dem jeweiligen kulturellen Ereignis angemessen sind

Modul 10. Audiovisuelle Kultur

- ♦ Theoretische und praktische Werkzeuge erwerben, um den kulturellen Aspekt in audiovisuellen Texten lesen zu können
- ♦ Das kulturelle Phänomen über das Universelle hinaus zu nutzen und es auf die Symbolik zu extrapolieren, um eine bessere Darstellung der Realität für den Zuschauer zu erreichen
- ♦ Die Situation der kulturellen Realität in den heutigen Gesellschaften kennen, identifizieren, beschreiben und verstehen, sowohl in ihrer kreativen als auch in ihrer industriellen Dimension
- ♦ Künstlerische Sprachen und kulturelle Codes kennen, verstehen und analysieren, um künstlerische und kulturelle Manifestationen in verschiedenen Medien und Sprachen interpretieren, kritisieren und rigoros bewerten zu können
- ♦ Wissen, wie man Bilder und audiovisuelle Texte liest und analysiert
- ♦ Die Formen der Universalsprache kennen
- ♦ Die unterschiedlichen Diskurse innerhalb der audiovisuellen Sprache für eine spätere Bewertung verstehen
- ♦ Das soziale Imaginäre entwickeln, um originelle audiovisuelle kulturelle Aspekte zu verwirklichen

Modul 11. Kultur im Fernsehen

- ♦ Audiovisuelle Sprache kennen und verstehen
- ♦ Die spezifischen Varianten des Fernsehgenres analysieren
- ♦ Kenntnis, Analyse und Entwicklung der wichtigsten technischen Konzepte des audiovisuellen Sektors
- ♦ Wissen, wie man verschiedene praktische Beispiele von Programmen versteht und analysiert, mit denen diese Fachleute im wirklichen Leben konfrontiert waren
- ♦ Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten, um in der Sprache der einzelnen Medien auf professionelle und rigorose Weise über kulturelle Ereignisse zu informieren und zu kommunizieren
- ♦ Entwurf und Produktion von Kampagnen oder kommunikativen Produkten im Zusammenhang mit dem Bereich der kulturellen Spezialisierung
- ♦ Digitale Technologien kennen und nutzen, um bei der Produktion und Verbreitung von Kultur durch digitale Technologien innovativ zu sein

Modul 12. Cyberkultur und digitaler Journalismus für kulturelle Inhalte

- ♦ Sich der Entwicklung von Kulturen und Cyberkulturen als wesentliche Kontexte für das Verständnis der im Cyberspace herrschenden Regeln bewusst sein
- ♦ Den Wandel der traditionellen Medien und das Aufkommen der neuen Medien verstehen
- ♦ Kritische Reflexion über kulturelle Phänomene und neue kommunikative Kontexte
- ♦ Journalistisches Schreiben beherrschen und täglich über aktuelle kulturelle Ereignisse informiert sein
- ♦ Die Situation der kulturellen Realität in den heutigen Gesellschaften kennen, identifizieren, beschreiben und verstehen, sowohl in ihrer kreativen als auch in ihrer industriellen Dimension
- ♦ Kenntnis und Anwendung der Technologien und Systeme, die zur Verarbeitung, Ausarbeitung und Übermittlung von Informationen sowie zum Ausdruck und zur Verbreitung informativer und/oder kultureller Kreationen verwendet werden

Modul 13. Journalistisches Design

- ♦ Entwicklung eines kritischen und spezialisierten Blicks auf die verschiedenen Medien und visuellen Kommunikationssysteme, die im Bereich des Journalismus entwickelt werden
- ♦ Die Fähigkeit erweitern, auf der Grundlage von Informationen eigene grafische, informative Kompositionen zu konzipieren und auszuführen, so dass sie die beabsichtigte Botschaft wirksam vermitteln
- ♦ Die Sprache und das praktische Wissen für journalistisches Design kennen
- ♦ Die verschiedenen journalistischen Mittel kennen, die bei der Erstellung von kulturellen Informationen in den Medien eingesetzt oder berücksichtigt werden
- ♦ Die Zusammensetzung eines gedruckten Kulturprojekts kennen und wissen, wie man es entwickelt
- ♦ Das Kulturprodukt an die verschiedenen Räume und Zielgruppen anpassen, wo und von wem es konsumiert wird

Modul 14. Kunst und digitale Kultur

- ♦ Die Produktionstechniken der verschiedenen Kunst- und Kulturindustrien kennen und verstehen
- ♦ Entwicklung der entsprechenden Kenntnisse, um Techniken in traditionellen und neuen Ausstellungsmedien zu erarbeiten
- ♦ Eine kritische Haltung gegenüber der Hybridisierung von Technik und den verschiedenen Plattformen, die als Behälter für die Übermittlung einer künstlerischen Botschaft dienen, wecken
- ♦ Urteile fällen, insbesondere im professionellen und akademischen Bereich der Kultur und Kommunikation, basierend auf Kriterien, externen Standards oder persönlichen Überlegungen
- ♦ Die wichtigsten Strömungen und Theorien kennen und identifizieren, die das kulturelle Phänomen aus konzeptioneller, methodologischer und investigativer Sicht formalisieren und kritisieren
- ♦ Wissen, wie man mit Zuschauern umgeht und sich in der Branche auskennen

Modul 15. Workshop Kulturjournalismus

- ♦ Über die transversalen und spezifischen Kompetenzen verfügen, die notwendig sind, um sich der Realität des Kulturjournalismus in verschiedenen Bereichen erfolgreich zu stellen
- ♦ Gründliche Kenntnisse der digitalen Kommunikation und des Kulturjournalismus
- ♦ Wissen, wie man Geschichten identifiziert, erstellt und entwickelt, mit den verschiedenen Punkten, die sie umfassen, gekennzeichnet durch Strenge und persönliches Branding
- ♦ Die wesentlichen Richtlinien für die Durchführung von Dokumentationen im Kulturjournalismus kennen und entwickeln
- ♦ Die neuen Themen von Journalismus, Kultur und Web 3.0 kennen, verstehen und identifizieren
- ♦ Die Nutzung von sozialen Netzwerken im Kulturjournalismus und in journalistischen Genres kennen
- ♦ Wissen, wie man Informationen über soziale Netzwerke nutzt und einen Kommunikationsplan entwickelt
- ♦ Entwicklung spezifischer Inhalte innerhalb des Kulturjournalismus in Bezug auf die Positionierung



Entwickeln Sie Ihre Recherchefähigkeiten und lernen Sie, thematische Knotenpunkte und Probleme in alltäglichen Umgebungen zu identifizieren“

03

Kompetenzen

Der Studienplan dieses privaten Masterstudiengangs wurde mit dem Ziel erstellt, die Kompetenzen und Fähigkeiten der Kommunikationsfachleute, die dieses Studium absolvieren, zu erweitern. Unter Anleitung des Dozententeams, das dieses Programm unterrichtet, werden die Studenten in der Lage sein, Kampagnen oder Kommunikationsprodukte im Zusammenhang mit dem Kulturjournalismus zu entwerfen und zu produzieren. Dabei können sie sich auf das umfangreiche Wissen in diesem Bereich verlassen, das sie in den 1.500 Unterrichtsstunden dieses Kurses erwerben werden.





“

Eine Weiterbildung, die Ihnen das notwendige Wissen vermittelt, um rigoros über Film, Kunst oder Literatur zu berichten”



Allgemeine Kompetenzen

- ♦ Anwendung von Konzepten, Prinzipien, Theorien oder Modellen im Zusammenhang mit kultureller Kommunikation auf neue oder ungewohnte Umgebungen in größeren (oder multidisziplinären) Kontexten
- ♦ In der Lage sein, adäquat und mit einer gewissen Originalität schriftliche Kompositionen oder begründete Argumente zu verfassen, Pläne, Arbeitsprojekte oder wissenschaftliche Artikel zu schreiben oder vernünftige Hypothesen im Bereich der kulturellen Kommunikation zu formulieren
- ♦ Beurteilungen insbesondere im beruflichen und akademischen Bereich der Kultur und Kommunikation auf der Grundlage von Kriterien, externen Standards oder persönlichen Überlegungen vornehmen
- ♦ Öffentlich Ideen, Verfahren oder Forschungsberichte präsentieren, Emotionen vermitteln oder Personen und Organisationen beraten, insbesondere im Bereich des Kulturjournalismus
- ♦ Die Realität verstehen und interpretieren, basierend auf rationalen und kritischen Fähigkeiten und Verfahren
- ♦ Der Umgang mit Quellen, die Verarbeitung und Verwaltung von Informationen sowie die Organisation und Planung von Projekten und ganz allgemein die Fähigkeit, Forschungsmethoden zur Problemlösung anzuwenden
- ♦ Kommunikation mit ihren Kollegen, mit der akademischen Gemeinschaft insgesamt und mit der Gesellschaft im Allgemeinen über ihr Wissensgebiet
- ♦ Vermittlung und Förderung des technologischen und sozialen Fortschritts in einer wissensbasierten Gesellschaft in akademischen und beruflichen Kontexten
- ♦ Soziale Vielfalt verstehen und interpretieren
- ♦ Förderung des transformativen Wertes von Wissen in der Gesellschaft





Spezifische Kompetenzen

- ♦ Die Situation der kulturellen Realität in den heutigen Gesellschaften kennen, identifizieren, beschreiben und verstehen, sowohl in ihrer kreativen als auch in ihrer industriellen Dimension
- ♦ Künstlerische Sprachen und kulturelle Codes kennen, verstehen und analysieren, um künstlerische und kulturelle Manifestationen in verschiedenen Medien und Sprachen interpretieren, kritisieren und rigoros bewerten zu können
- ♦ Die wichtigsten Strömungen und Theorien kennen und identifizieren, die das kulturelle Phänomen aus konzeptioneller, methodologischer und investigativer Sicht formalisieren und kritisieren
- ♦ Die informativ-kommunikativen Prozesse im Kulturjournalismus kennen und identifizieren und sie in jeder Phase professionell anwenden können
- ♦ Kenntnis und Anwendung der Technologien und Systeme, die zur Verarbeitung, Ausarbeitung und Übermittlung von Informationen sowie zum Ausdruck und zur Verbreitung informativer und/oder kultureller Kreationen verwendet werden
- ♦ Die Struktur der auf Kultur spezialisierten Medien in verschiedenen Medien und Formaten kennen
- ♦ Lesen, Interpretieren, Bewerten und Kritisieren von kulturellen und künstlerischen Manifestationen sowie Verstehen und Anwenden von Quellen und Daten im Bereich der kulturellen Spezialisierung
- ♦ In der Sprache der einzelnen Medien professionell und rigoros über kulturelle Fakten berichten und kommunizieren
- ♦ Standardverfahren zur Förderung, Förderung und Verbreitung von kulturellen Ereignissen und Fakten demonstrieren können
- ♦ Entwurf und Produktion von Kampagnen oder kommunikativen Produkten im Zusammenhang mit dem Bereich der kulturellen Spezialisierung
- ♦ Digitale Technologien nutzen, um bei der Produktion und Verbreitung von Kultur durch digitale Technologien innovativ zu sein
- ♦ Kulturelle Phänomene studieren, erforschen und wissenschaftlich analysieren

04

Kursleitung

Dieser private Masterstudiengang bietet eine professionelle Journalistin mit umfassenden Kenntnissen im Bereich der Kultur und Berufserfahrung in der Welt der Kommunikation, sowohl in den konventionellen als auch in den digitalen Medien. Ihr umfangreiches Wissen spiegelt sich in den Inhalten dieses Programms wider, auf das die Studenten 24 Stunden am Tag zugreifen können. Außerdem können Sie durch die Präsenz und Nähe der Dozentin alle Zweifel, die bezüglich des Studienplans aufkommen könnten, ausräumen. All dies mit dem Ziel der TECH, dass die Studenten ihre Karriereziele durch eine qualitativ hochwertige Hochschulfortbildung erreichen.





“

Machen Sie den ersten Schritt und lernen Sie unter der Anleitung einer Kommunikationsfachkraft, die Experte für Kulturjournalismus ist. Schreiben Sie sich jetzt ein"

Internationaler Gastregisseur

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

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

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

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



Dr. Katherine Anne, Roiphe

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

“

Dank TECH können Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen”

Leitung



Dr. Tobajas Gracia, María

- ♦ Leitung des Bereiches Kommunikation, Schreiben und soziale Netzwerke bei Actúa Aragón
- ♦ Moderatorin und Redakteurin bei Radio Ebro
- ♦ Redaktion und Forschung bei Aragón Digital
- ♦ Schriftstellerin in Agrupación Deportiva Sala 10
- ♦ Marketing-Spezialistin
- ♦ Community Manager
- ♦ Promotion in Kommunikation an der Universität San Jorge



05

Struktur und Inhalt

TECH verwendet in allen Studiengängen das Relearning-System, mit dem die Studenten auf viel natürlichere Weise vorankommen und sogar die Studienzeiten reduzieren können. Studenten, die diesen Universitätsstudiengang belegen, finden auch multimediales Material, das den Wissenserwerb bereichert und flüssiger macht. Auf diese Weise werden sie sich mit audiovisueller Kultur, kreativem Schreiben, Kunst und digitaler Kultur und sozialen Netzwerken beschäftigen. Alles mit dem Hauptziel, Ihre beruflichen Ziele im Bereich des Kulturjournalismus zu erreichen.





“

Ein Studienplan, der Sie 12 Monate lang mit der Kulturindustrie und ihrer Verbreitung durch verschiedene Medien vertraut macht”

Modul 1. Der Kulturmarkt

- 1.1. Kultur außerhalb der Industrie
 - 1.1.1. Der Kunstmarkt
 - 1.1.1.1. Das Umfeld der Kultur- und Kreativwirtschaft: Der Platz der kulturellen Organisationen in der Gesellschaft
 - 1.1.1.2. Der globale wirtschaftliche Einfluss der Kultur- und Kreativwirtschaft
 - 1.1.2. Kulturelles Erbe und darstellende Künste
 - 1.1.2.1. Kulturelles Erbe und die darstellenden Künste in der Gesellschaft
 - 1.1.2.2. Kulturelles Erbe und darstellende Künste in den Medien
- 1.2. Kulturwirtschaft
 - 1.2.1. Das Konzept der Kulturindustrie
 - 1.2.1.1. Die Verlagsbranche
 - 1.2.1.2. Die Musikindustrie
 - 1.2.1.3. Die Filmindustrie
- 1.3. Journalismus und die Künste
 - 1.3.1. Neue und alte Formen der Kommunikation
 - 1.3.1.1. Anfänge und Entwicklung der Kunst in den Medien
 - 1.3.1.2. Neue Formen der Kommunikation und des Schreibens
- 1.4. Kultur in der digitalen Welt
 - 1.4.1. Kultur in der digitalen Welt
 - 1.4.1.1. Die Omnipräsenz des Visuellen. Kontroversen im digitalen Zeitalter
 - 1.4.1.2. Die Übertragung von Informationen durch Videospiele
 - 1.4.1.3. Kollaborative Kunst
- 1.5. Die Struktur der Medien
 - 1.5.1. Der audiovisuelle Sektor und die Presse
 - 1.5.1.1. Der Einfluss der großen Medienkonzerne auf die Kultur
 - 1.5.1.2. Live-Plattformen, eine Herausforderung für die herkömmlichen Medien
 - 1.5.2. Der Sektor Kulturjournalismus



Modul 2. Kulturforschung, Management und Marketing

- 2.1. Einführung in das Marketing
 - 2.1.1. Die 4 P's
 - 2.1.1.1. Grundlagen des Marketings
 - 2.1.1.2. Der Marketing-Mix
 - 2.1.1.3. Die Notwendigkeit (oder Nichtnotwendigkeit) von Marketing auf dem Kulturmarktplatz
 - 2.1.2. Marketing und Konsumverhalten
 - 2.1.2.2. Qualität als übergreifender Faktor bei Informationsprodukten
- 2.2. Marketing und Wert: Kunst um der Kunst willen, Kunst innerhalb ideologischer Programme und Kunst als Marktprodukt
 - 2.2.1. Kunst um der Kunst willen
 - 2.2.1.1. Die Kunst der Massen. Die Homogenität der Kunst und ihr Wert
 - 2.2.1.2. Wird Kunst für die Medien geschaffen, oder vermitteln die Medien Kunst?
 - 2.2.2. Kunst innerhalb ideologischer Programme
 - 2.2.2.1. Kunst, Politik und Aktivismus
 - 2.2.2.2. Grundlegende Symbolik in der Kunst
 - 2.2.3. Kunst als Marktprodukt
 - 2.2.3.1. Kunst in der Werbung
 - 2.2.3.2. Kulturmanagement für eine erfolgreiche Entwicklung der Arbeit
- 2.3. Marketing der wichtigsten Kulturindustrien
 - 2.3.1. Aktuelle Trends in den wichtigsten Kulturindustrien
 - 2.3.1.1. Die Bedürfnisse der Verbraucher, wie sie in Unternehmen vertreten werden
 - 2.3.1.2. Erfolgreiche Kulturprodukte in den Medien
 - 2.3.2. Forschung als zentrales Marketinginstrument
 - 2.4.1.1. Sammeln von Markt- und Verbraucherdaten
 - 2.4.1.2. Differenzierung im Vergleich zum Wettbewerb
 - 2.4.1.3. Andere Forschungsstrategien
- 2.5. Die Zukunft des Kulturmarketings
 - 2.5.1. Die Zukunft des Kulturmarketings
 - 2.5.1.1. Trends im Kulturmarketing
 - 2.5.1.2. Die Kulturprodukte mit dem größten Marktpotenzial

Modul 3. Analyse der Kultur

- 3.1. Theoretischer und methodischer Ansatz zur Kultur
 - 3.1.1. Jenseits des Brauchtums
 - 3.1.1.1. Kunst und sozialer Wandel
 - 3.1.1.2. Kunst und Feminismus
 - 3.1.2. Symbole in der Kultur
 - 3.1.2.1. Griechische und römische Symbolik
 - 3.1.2.2. Religiöse Symbolik
 - 3.1.2.3. Zeitgenössische Symbolik
- 3.2. Kultur, Kommunikation und Bedeutung
 - 3.2.1. Sprache, Denken und Realität
 - 3.2.1.1. Das Konzept der Kultur und des kulturellen Wandels
 - 3.2.1.2. Der kulturelle Ansatz durch Kunst
 - 3.2.2. Kultur, Erfahrung und Repräsentation
 - 3.2.2.1. Erlebnisorientierte Kunst
- 3.3. Kultur und Imaginationen
 - 3.3.1. Massenkultur und visuelle Kulturen
 - 3.3.1.1. Stereotypen in den Massenmedien
 - 3.3.1.2. Kulturelle Integration in den Medien
 - 3.3.2. Kultur und Bild: Imagination, Repräsentation und Imaginäres
 - 3.3.2.1. Queer-Kunst, historische Unsichtbarmachung
 - 3.3.2.2. Urbane Kunst als Werkzeug für Empowerment

Modul 4. Interkulturelle und alternative Kommunikation

- 4.1. Konzept von Kultur, Gruppe und Identität. Rassismus, Fremdenfeindlichkeit und Ethnozentrismus
 - 4.1.1. Konzept von Kultur, Gruppe und Identität
 - 4.1.1.1. Massenkultur und kulturelle Homogenisierung
 - 4.1.1.2. Regionalismus und kulturelle Differenzierung
 - 4.1.2. Rassismus, Fremdenfeindlichkeit und Ethnozentrismus
 - 4.1.2.1. Soziale und kulturelle Unterscheidungen
 - 4.1.2.2. Wie Sie Ablehnungen von sozialen Gruppen melden
- 4.2. Interkulturelle zwischenmenschliche Kommunikation
 - 4.2.1. Von Mensch zu Mensch
 - 4.2.1.1. Interkulturelle Kommunikation in einer globalen Welt
 - 4.2.1.2. Medien und Identitätskonstruktion
 - 4.2.1.3. Kommunikation als Achse für die Vermittlung interkultureller Werte
- 4.3. Interkulturelles Kommunikationsmanagement in Organisationen
 - 4.3.1. Interkulturelles Kommunikationsmanagement in Organisationen
 - 4.3.1.1. Interkulturelle Kompetenz in Organisationen
 - 4.3.1.2. Kommunikation und Nachhaltigkeit
- 4.4. Traditionelle Medienpraktiken und Repräsentation von Kulturen
 - 4.4.1. Vielfalt in der Werbung
 - 4.4.1.1. Kulturelle Vielfalt und Sexismus in der Werbung
 - 4.4.1.2. Diversität als Schlüssel zum Erfolg
 - 4.4.2. Leitfaden für interkulturelle Best Practices im Journalismus
 - 4.4.2.1. Einbindung von Minderheiten in die Medien
 - 4.4.2.2. Religiöse Unparteilichkeit in großen Konflikten
 - 4.4.2.3. Wenn Minderheiten die Mehrheit werden
- 4.5. Neue Medien, neue Aneignungen von Minderheitengruppen?
 - 4.5.1. Cyber-Aktivismus in Afrika
 - 4.5.1.1. Der Arabische Frühling auf Twitter
 - 4.5.1.2. Die Wiedervereinigung der Frauen
 - 4.5.1.3. Queer-Cyber-Aktivismus

Modul 5. Kulturjournalismus in den Printmedien: interpretierende Genres

- 5.1. Interpretative Genres
 - 5.1.1. Interpretierende Texte mit kulturellem Inhalt
 - 5.1.1.1. Subjektivität in Journalismus und Kultur
 - 5.1.1.2. Techniken der Interpretation im Journalismus
 - 5.1.1.3. Großartige Kulturdolmetscher
 - 5.1.2. Interview, Reportage, Chronik, Kritik und Essays
 - 5.1.2.1. Interview
 - 5.1.2.2. Reportage und Chronik
 - 5.1.2.3. Kritik und Essay
- 5.2. Meinung Genres
 - 5.2.1. Meinungstexte: Leitartikel, Kolumne und Artikel
 - 5.2.1.1. Redaktion
 - 5.2.1.2. Kolumne
 - 5.2.1.3. Artikel
- 5.3. Kritik als Kerngenre der kulturjournalistischen Spezialisierung
 - 5.3.1. Kritik als Kerngenre der kulturjournalistischen Spezialisierung
 - 5.3.1.1. Kritik und Schreiben
 - 5.3.1.2. Transmediale Kritik
- 5.4. Das Profil des Kulturjournalisten
 - 5.4.1. Täglicher Journalismus
 - 5.4.1.1. Theoretischer Ansatz zum Kulturjournalismus
 - 5.4.1.2. Informative Dokumentation
 - 5.4.1.3. Proaktivität als berufliche Anforderung
 - 5.4.2. Die Agenda im Kulturjournalismus
 - 5.4.2.1. Die Spirale des Schweigens
 - 5.4.2.2. Festlegung der Tagesordnung
- 5.5. Journalistische Spezialisierung
 - 5.5.1. Spezialisierung des Publikums
 - 5.5.1.1. Fachjournalismus
 - 5.5.1.2. Anspruchsvolles Publikum
 - 5.5.1.3. Kulturjournalismus als Spezialisierung



Modul 6. Kulturelle Informationen in der Presse

- 6.1. Kulturelle Informationen in der Tagespresse
 - 6.1.1. Die kulturelle Agenda. Bewertung des Nachrichtenereignisses
 - 6.1.1.1. Bewertung der informativen Tatsache
 - 6.1.1.2. Kulturelle Informationen in der Presse
 - 6.1.1.3. Kulturelle Agenden: Beispiele
- 6.2. Nachrichtengattungen im Kulturjournalismus
 - 6.2.1. Nachrichtengattungen im Kulturjournalismus
 - 6.2.1.1. Nachrichten, Reportagen, objektive Interviews und Dokumentationen
- 6.3. Die Schlagzeile der Nachricht
 - 6.3.1. Elemente von Schlagzeilen. Die Schlagzeile schreiben. Grundlegende Regeln für die Abfassung
 - 6.3.1.1. Elemente der Schlagzeile
 - 6.3.1.2. Der Wortlaut der Schlagzeile
 - 6.3.1.3. Grundlegende Regeln für die Abfassung
- 6.4. Die Bedeutung des einleitenden Absatzes
 - 6.4.1. Der Ursprung und die Funktion des ersten Absatzes. Grundlegende Schreibregeln für den ersten Absatz der Nachricht
 - 6.4.1.1. Der Ursprung und die Funktionsweise des ersten Absatzes
 - 6.4.1.2. Grundregeln für das Schreiben des ersten Absatzes einer Nachricht
- 6.5. Die Fähigkeit zu kommunizieren
 - 6.5.1. Stilbücher. Journalistischer Stil. Strukturierung des Inhalts
 - 6.5.1.1. Stilbücher
 - 6.5.1.2. Journalistischer Stil
 - 6.5.1.3. Strukturierung des Inhalts
- 6.6. Schreibworkshop
 - 6.6.1. Kulturjournalistischer Schreibworkshop
 - 6.6.1.1. Analyse der Interviews
 - 6.6.1.2. Analyse von Berichten und Chroniken
 - 6.6.1.3. Analyse von Rezensionen, kritischen Bewertungen, Meinungsartikeln und Meinungskolumnen

Modul 7. Kulturelle Informationen im Radio

- 7.1. Zielsetzung der Radioinformationen
 - 7.1.1. Merkmale im Vergleich zu anderen Medien
 - 7.1.1.1. Der Ursprung des Radios
 - 7.1.1.2. Merkmale im Vergleich zu anderen Medien
 - 7.1.1.3. Die Rolle des Radios heute
 - 7.1.2. Die Radiofachsprache
 - 7.1.2.1. Was die Sprache dem Radio ermöglicht
 - 7.1.2.2. Der Akzent im Radio
 - 7.1.2.3. Übertragung von Ereignissen
- 7.2. Einführung in kulturelle Radiosendungen
 - 7.2.1. Synopsen und Schlagzeilen oder Zusammenfassungen
 - 7.2.1.1. Nachrichten Programme
 - 7.2.2.2. Beteiligung der Hörer an Nachrichtensendungen
 - 7.2.2.3. Neue Technologien im Radio
- 7.3. Berichterstattung und Befragung
 - 7.3.1. Der Bericht und das Interview
 - 7.3.1.1. Die Reportage
 - 7.3.1.2. Das Interview
- 7.4. Elemente der Kontinuität
 - 7.4.1. Gewandtheit im Umgang mit dem Radio
 - 7.4.1.1. Moderation von Sprache und Gesang
 - 7.4.1.2. Wiederholung
- 7.5. Das Radioskript
 - 7.5.1. Tools für Kulturjournalisten im Radio
 - 7.5.1.1. Das Radioskript
 - 7.5.1.2. Dokumentation im Radio
 - 7.5.1.3. Stil-Handbücher

Modul 8. Visualisierung von Daten im Kulturjournalismus

- 8.1. Visuelles Layout der Informationen
 - 8.1.1. Die Grundlagen der Informationsvisualisierungsmodelle
 - 8.1.1.1. Das Bild in der Presse
 - 8.1.1.2. Die Visualisierung von Informationen
- 8.2. Entwicklung der journalistischen Infografik
 - 8.2.1. Infografiken in der Presse, Präzisionsjournalismus und analytische Visualisierung
 - 8.2.1.1. Infografiken in der Presse
 - 8.2.1.2. Präzisionsjournalismus
 - 8.2.1.3. Analytische Visualisierung
- 8.3. Klassifizierung von Infografiken
 - 8.3.1. Auf dem Weg zu einem neuen journalistischen Modell
 - 8.3.1.1. Digitalisierung von Daten
 - 8.3.1.2. Die Interaktion von Daten in den Medien. Von der Werbung zur Information
 - 8.3.2. Analytische Visualisierung und die Informationsgesellschaft
 - 8.3.2.1. Eliminierung des Überflüssigen
 - 8.3.2.2. Tabellen, Diagramme, Schaubilder, Karten, Datenfelder, Infografiken, Infoerzählungen
- 8.4. Die Rolle des Journalismus- und Infografik-Experten
 - 8.4.1. Aufbau einer Infografik-Rubrik in den verschiedenen Medien
 - 8.4.1.1. Tools für die Erstellung von Infografiken
 - 8.4.1.2. Anpassung der Informationen an die Medien
 - 8.4.1.3. Die Agentur für Infografiken
- 8.5. Digitalisierung und Interaktivität
 - 8.5.1. Interaktive Visualisierung in einer multimedialen und plattformübergreifenden Welt
 - 8.5.1.1. Interaktive Visualisierung
 - 8.5.1.2. Grundlegende Prinzipien des Interaktionsdesigns
 - 8.5.1.3. Multimedialität

- 8.6. Elemente von Infografiken im Journalismus
 - 8.6.1. Auswahl und Planung. Daten und Informationen. Arbeitsteilung. Alltägliche Arbeit. Die Wahl der Software. Texte: Überschriften und Hauptteil der Informationen. Illustrationen. Fonts. Die Unterschrift
 - 8.6.1.1. Auswahl und Planung. Daten und Informationen. Arbeitsteilung. Alltägliche Arbeit.
 - 8.6.1.2. Texte: Überschriften und Hauptteil der Informationen
 - 8.6.1.3. Illustrationen. Fonts. Die Unterschrift
 - 8.6.2. Die Bedeutung der typografischen Auswahl. Farben und Größe sind ebenfalls Informationen
 - 8.6.2.1. Die Bedeutung der typografischen Auswahl
 - 8.6.2.2. Farben und Größe

Modul 9. Kreatives Schreiben

- 9.1. Literatur und Journalismus
 - 9.1.1. Der neue Journalismus: Aktualität und Verfall von journalistischen Erzählungen
 - 9.1.1.1. Info-Fiction
 - 9.1.1.2. Literarische Konstruktion der Wirklichkeit
 - 9.1.1.3. Das landschaftliche Ereignis
 - 9.1.2. Analyse klassischer und aktueller Reportagen im neuen Journalismus
 - 9.1.2.1. Arbeit und Werdegang der herausragendsten Journalisten und Schriftsteller in diesem Bereich
 - 9.1.2.2. Medien (Zeitschriften, Beilagen, audiovisuelle Programme, usw.)
- 9.2. Diversifizierung der Realität
 - 9.2.1. Vorstellungskraft angesichts der Thematisierung von Kultur
 - 9.2.1.1. Positionierung unter den Beweisen
 - 9.2.1.2. Nacherzählung veröffentlichter Geschichten
 - 9.2.1.3. Chronik und literarische Reportage
 - 9.2.2. Umschreiben von journalistischen Originalbeiträgen
 - 9.2.2.1. Chronik
 - 9.2.2.2. Interviews
 - 9.2.2.3. Reportagen

- 9.3. Literarische Rekonstruktion der Wirklichkeit
 - 9.3.1. Der journalistisch-literarische Artikel über ein erlebtes kulturelles Ereignis
 - 9.3.1.1. Darstellende Kunst, bildende Kunst, Literatur, Kino, Kinderfreizeit, Museen, Architektur, Gastronomie, Messen, etc.
 - 9.3.1.2. Kulturelle Programmmedien
 - 9.3.1.3. Internet und soziale Netzwerke
 - 9.3.2. Entwurf und Ausarbeitung eines journalistisch-literarischen Artikels
 - 9.3.2.1. Schlüssel zum Schreiben

Modul 10. Audiovisuelle Kultur

- 10.1. Audiovisuelles Bild und Kultur
 - 10.1.1. Lernen zu beobachten
 - 10.1.1.1. Das Studium der Beziehung "Bild-Kultur" durch das Symbol
 - 10.1.1.2. Lesen des audiovisuellen Bildes
 - 10.1.1.3. Die Methode der Textanalyse
 - 10.1.2. Symbole in der visuellen Kultur
 - 10.1.2.1. Das audiovisuelle Bild als symbolische Form
 - 10.1.2.2. Die am häufigsten verwendeten Symbole in der audiovisuellen Welt
- 10.2. Formulare in audiovisueller Sprache
 - 10.2.1. Das Gesetz der Begierde: Das Kino als Fabrik der Träume
 - 10.2.1.1. Die drei kreativen Aufgaben der audiovisuellen Sprache: Inszenierung, mise en tableau und mise en série
 - 10.2.1.2. Der Betrachter. Der Prozess der narrativen Identifizierung
 - 10.2.1.3. Die mythischen Wurzeln der audiovisuellen Geschichte
- 10.3. Diskurse in audiovisueller Sprache
 - 10.3.1. Audiovisueller Diskurs
 - 10.3.1.1. Audiovisueller Diskurs
 - 10.3.1.2. Klassizismus und der Bruch mit der (Post-)Moderne
- 10.4. Kino und das visuelle Imaginäre
 - 10.4.1. Die erzählerische Dimension des Imaginären
 - 10.4.1.1. Die erzählerische Dimension des Imaginären
 - 10.4.1.2. Die Konstruktion von Identität

- 10.5. Bilder des Andersseins
 - 10.5.1. Konstruktion und Rekonstruktion von Archetypen
 - 10.5.1.1. Die Darstellung des Anderen
 - 10.5.1.2. Bilder des Andersseins

Modul 11. Kultur im Fernsehen

- 11.1. Theoretische Grundlagen
 - 11.1.1. Grundlegende Konzepte und Unterschiede zum Radio und anderen Medien
 - 11.1.1.1. Grundlegende Konzepte der Fernsehproduktion
 - 11.1.1.2. Unterschied zu Film, Radio und anderen Medien
- 11.2. Der Prozess der Fernsehproduktion
 - 11.2.1. Studio Produktion
 - 11.2.1.1. Besonderheiten bei Studioaufnahmen
 - 11.2.1.2. Funktionen des Produktionsprofis
 - 11.2.1.3. Sonstiges Personal und technische Ausrüstung
 - 11.2.2. Multi-Kamera-Technik
 - 11.2.2.1. Unterschiede im Vergleich zur Produktion mit einer Kamera
 - 11.2.2.2. Kamera-Dreieck
 - 11.2.2.3. Live-Fernsehen
 - 11.2.2.4. Der Überblick
 - 11.2.2.5. Zeitschriften, die Debatte, das Interview... die Inszenierung
- 11.3. Die Dokumentation und der Kulturbericht
 - 11.3.1. Einführung in den Dokumentarfilm
 - 11.3.1.1. Dokumentarfilm und Journalismus
 - 11.3.1.2. Interaktion mit der Realität
 - 11.3.1.3. Kreative Dokumentation
 - 11.3.2. Reportage
 - 11.3.2.1. Audiovisueller Kulturjournalismus
 - 11.3.2.2. Reportage, Nachrichten und Redaktion
 - 11.3.2.3. Merkmale einer Reportage

- 11.3.3. Das Dokumentarfilm-Reportage-Projekt
 - 11.3.3.1. Einführung
 - 11.3.3.2. Grundriss
 - 11.3.3.3. Kontext
 - 11.3.3.4. Zusammenfassung und Struktur
 - 11.3.3.5. Form und Stil
 - 11.3.3.6. Publikum

Modul 12. Cyberkultur und digitaler Journalismus für kulturelle Inhalte

- 12.1. Kultur und Cyberkultur
 - 12.1.1. Cyberculture und digitale Kommunikation
 - 12.1.1.1. Grundlegende Konzepte
 - 12.1.1.2. Neues kulturelles Modell
 - 12.1.1.3. Aufstrebende Kultur und kulturelles Produkt
 - 12.1.2. Neue Formen der sozialen Kommunikation
 - 12.1.2.1. Populäre Cyberkultur
 - 12.1.2.2. Transkulturation und Cybertranskulturation
 - 12.1.3. Proaktivität in der heutigen Gesellschaft
 - 12.1.3.1. Digitale Zivilisation
 - 12.1.3.2. Kollektive Intelligenz
- 12.2. Cyberjournalismus
 - 12.2.1. Erstellung digitaler Inhalte
 - 12.2.1.1. Web-Journalismus
 - 12.2.1.2. Schreiben von kulturellen Inhalten im und für das Internet
 - 12.2.2. Kommunikation 2.0 und 3.0
 - 12.2.2.1. Interaktivität
 - 12.2.2.2. Soziale Netzwerke
 - 12.2.3. Hypertext und Multimedia
 - 12.2.3.1. Auswirkungen von Hypertext auf traditionelle journalistische Genres und Entwicklung neuer Genres
 - 12.2.3.2. Untersuchung und Anwendung von Multimedia-Ressourcen im webbasierten Journalismus

Modul 13. Workshop zur journalistischen Gestaltung I

- 13.1. Journalistische Gestaltung in der Informationsgesellschaft
 - 13.1.1. Informationsdesign im Kulturjournalismus
 - 13.1.1.1. Konzept der journalistischen Gestaltung
 - 13.1.1.2. Elemente, Ziele und Spezialitäten
 - 13.1.1.3. Die Gestaltung von Informationen im Kulturjournalismus
 - 13.1.1.4. Die Rolle des Designers in der heutigen Gesellschaft
- 13.2. Textliche und typografische Sprache im journalistischen Design
 - 13.2.1. Textliche und typografische Sprache im journalistischen Design
 - 13.2.1.1. Die Strukturierung des Raums, in dem die Zeichen platziert werden: Format, Spot und Raster
 - 13.2.1.2. Sprachliche Zeichen und ihr grafisches Erscheinungsbild: Typografie, Größe, Farbe, Ausrichtung, usw.
 - 13.2.1.3. Sichtbarkeit und Lesbarkeit
 - 13.2.1.4. Grundlegende Konzepte für journalistische Textelemente
 - 13.2.1.5. Text als Informationsquelle
 - 13.2.2. Typografie: wesentliche Konzepte und ihre Integration mit anderen Elementen
 - 13.2.2.1. Wesentliche Konzepte (Klassen, Auswahl und Lesbarkeit)
 - 13.2.2.2. Effektive Design-Ressourcen (Standort, Größe und Umfang)
 - 13.2.2.3. Integration von Design-Assets mit anderen Elementen (ikonisch, plastisch und strukturell)
- 13.3. Die Rolle des Bildes bei der Information
 - 13.3.1. Die Rolle des Bildes bei der Information
 - 13.3.1.1. Fotografie, Illustration und Infografik
 - 13.3.1.2. Funktionen und Stile
 - 13.3.2. Grundlegende journalistische Ressourcen
 - 13.3.2.1. Fotografie
 - 13.3.2.2. Illustration
 - 13.3.2.3. Infografik

- 13.4. Farbe im Informationsdesign
 - 13.4.1. Farbe im Kulturjournalismus
 - 13.4.1.1. Die Bedeutung von Farbe auf kultureller Ebene
 - 13.4.1.2. Technische und journalistische Anwendung von Farbe
 - 13.4.1.3. Farb- und Kulturjournalismus
- 13.5. Zusammenstellung eines gedruckten Kulturprojekts
 - 13.5.1. Hierarchisierung und Strukturierung der Elemente
 - 13.5.1.1. Gemeinsame Anwendung der verfügbaren Ressourcen für die Priorisierung und Strukturierung
 - 13.5.1.2. Kontrast, Proportion, Harmonie, Symmetrie und Gleichgewicht
 - 13.5.2. Anpassung an das Kulturprodukt und an die Kultur des Publikums
 - 13.5.2.1. Anpassung an das Kulturprodukt
 - 13.5.2.2. Anpassung an die Kultur des Publikums
 - 13.5.2.3. Abwägung der verfügbaren technischen und wirtschaftlichen Möglichkeiten

Modul 14. Workshop zur journalistischen Gestaltung II

- 14.1. Die Anpassung des künstlerischen Modells an die Medien
 - 14.1.1. Die Genealogie der neuen künstlerischen Formate
 - 14.1.1.1. Von der Fotografie zur Net.art
 - 14.1.2. Kunst in den Medien und die Medien in der Kunst
 - 14.1.2.1. Eindringen der Medienkunst
 - 14.1.2.2. Kunst in neuen Medien
 - 14.1.2.3. Zeitgenössische Kunstbewegungen
- 14.2. Digitale Technologie und Fotografie
 - 14.2.1. Die Pic-Revolution
 - 14.2.1.1. Untersuchung und Bewertung der digitalen Technologie für den Bereich der fotografischen Arbeit
 - 14.2.1.2. Manifestationen: Kunst im Internet
 - 14.2.1.3. Hacktivismus
- 14.3. Das Medium als künstlerische Unterstützung
 - 14.3.1. Analyse der Machbarkeit von Kunst in den Medien
 - 14.3.1.1. Multimedia-Kunst
 - 14.3.1.2. Die Grenzen der Kunst in den Medien

- 14.4. Interaktion mit dem (Nicht-)Betrachter
 - 14.4.1. Das Erfordernis der Beteiligung des Publikums am Kunstwerk
 - 14.4.1.1. Mechanisch-elektrische Interaktivität
 - 14.4.1.2. Interaktivität in Videospielen
 - 14.4.1.3. Elektronische Interaktivität
 - 14.4.2. Wessen Kunst ist das? Der Einfluss der Gesellschaft auf die Kunst und wie er sich in den Medien niederschlägt
 - 14.4.2.1. Der Einfluss der Gesellschaft auf die Kunst
 - 14.4.2.2. Der Transfer von Kunst in die Medien
- 14.5. Kunst heute
 - 14.5.1. Produktion, Kuratierung und Ausstellung von digitaler Kunst und immateriellen Museen
 - 14.5.1.1. Produktion
 - 14.5.1.2. Kuratieren
 - 14.5.1.3. Ausstellung digitaler Kunst und Immaterielles Museum

Modul 15. Workshop Kulturjournalismus

- 15.1. Das digitale Kommunikationsnetz
 - 15.1.1. Kulturjournalismus in den herkömmlichen Medien und seine Integration in die digitale Welt
 - 15.1.1.1. Ziele und Quellen des Kulturjournalismus in den audiovisuellen Medien
 - 15.1.1.2. Das Publikum kennen und wissen, wo man es findet
 - 15.1.1.3. Programme und Genres des Kulturjournalismus in linearen und nicht-linearen Radio- und Fernsehmedien
 - 15.1.2. Die Kunst des Geschichtenerzählens
 - 15.1.2.1. Die Perspektive der Narratologie und des Geschichtenerzählens
 - 15.1.2.2. Selbsterkenntnis, Motivation und persönliche Ziele im Kulturjournalismus
 - 15.1.2.3. Kreativität und der Gesichtspunkt des Geschichtenerzählens im Journalismus
 - 15.1.2.4. Informative Strenge in der Kulturberichterstattung
 - 15.1.2.5. Identität und persönlicher Markenstil

- 15.2. Journalistische Dokumentation
 - 15.2.1. Unverzichtbare Leitfäden für die kulturjournalistische Dokumentation
 - 15.2.1.1. Historische Dokumentation
 - 15.2.1.2. Aktuelle Dokumentation
 - 15.2.1.3. Aktuelle Ereignisse
- 15.3. Aktuelle Trends in der Kommunikation angewandt auf den Kulturjournalismus
 - 15.3.1. Die 3.0 Philosophie der Kommunikation
 - 15.3.1.1. Web 3.0: Definitionen und Merkmale
 - 15.3.1.2. Kulturjournalismus im Web 3.0
 - 15.3.1.3. Merkmale des journalistischen Schreibens ab der Konvergenz
- 15.4. Soziale Netzwerke und Journalismus
 - 15.4.1. Medienmanagement und soziale Netzwerke
 - 15.4.1.1. Facebook
 - 15.4.1.2. Twitter
 - 15.4.1.3. Instagram
 - 15.4.1.4. LinkedIn
 - 15.4.1.5. Andere Netzwerke
 - 15.4.2. Interaktive journalistische Inhalte
 - 15.4.2.1. Die Rolle des Journalismusprofis
 - 15.4.2.2. Zu informieren oder zu unterhalten
 - 15.4.2.3. Mehr digitale Medien
 - 15.4.2.4. Interaktive journalistische Inhalte
 - 15.4.3. Paradigmen der Kommunikation
 - 15.4.3.1. Das Publikum und der Benutzer
 - 15.4.3.2. Das Medium und der Inhalt
 - 15.4.3.3. Das Medium
 - 15.4.3.4. Zeit
 - 15.4.3.5. Desinformation



- 15.5. Die Sichtbarkeit von Informationen über Kultur im Web
 - 15.5.1. Web-Positionierung: SEO, SEM, SMO, SMM und SERM. Spezialisierte journalistische Inhalte
 - 15.5.1.1. SEO
 - 15.5.1.2. SEM
 - 15.5.1.3. SMO
 - 15.5.1.4. SMM
 - 15.5.1.5. SERM

“*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Spezialisierungserfahrung zur Förderung Ihrer beruflichen Entwicklung*”

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 aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

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

“

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



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



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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

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

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

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

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

Relearning Methodik

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

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

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



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

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



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

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

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

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

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



Studienmaterial

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

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



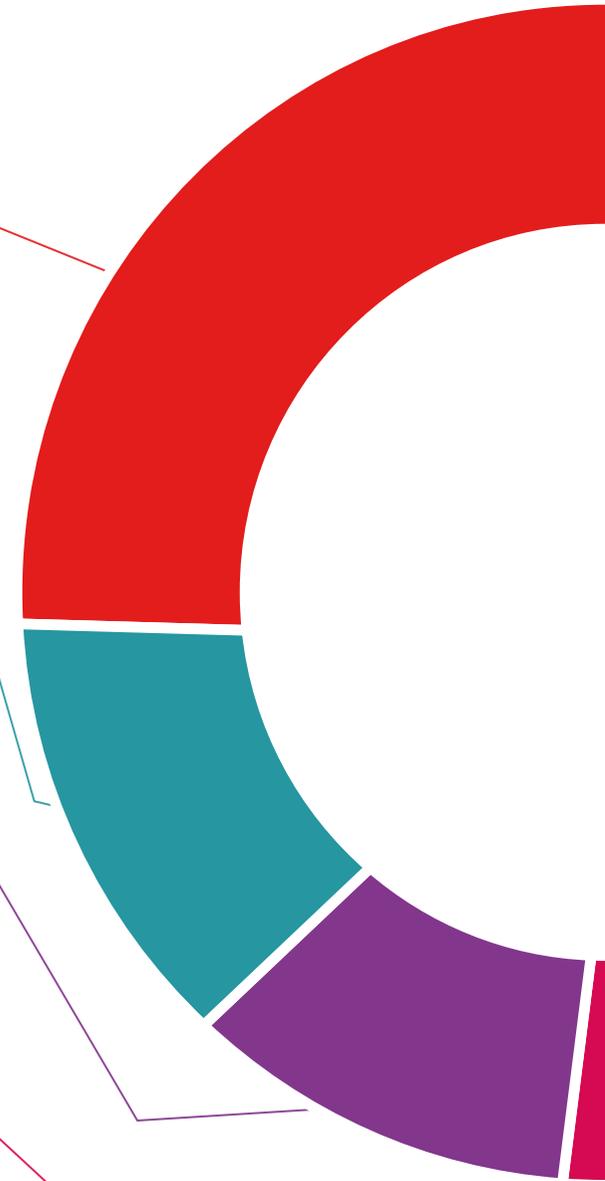
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

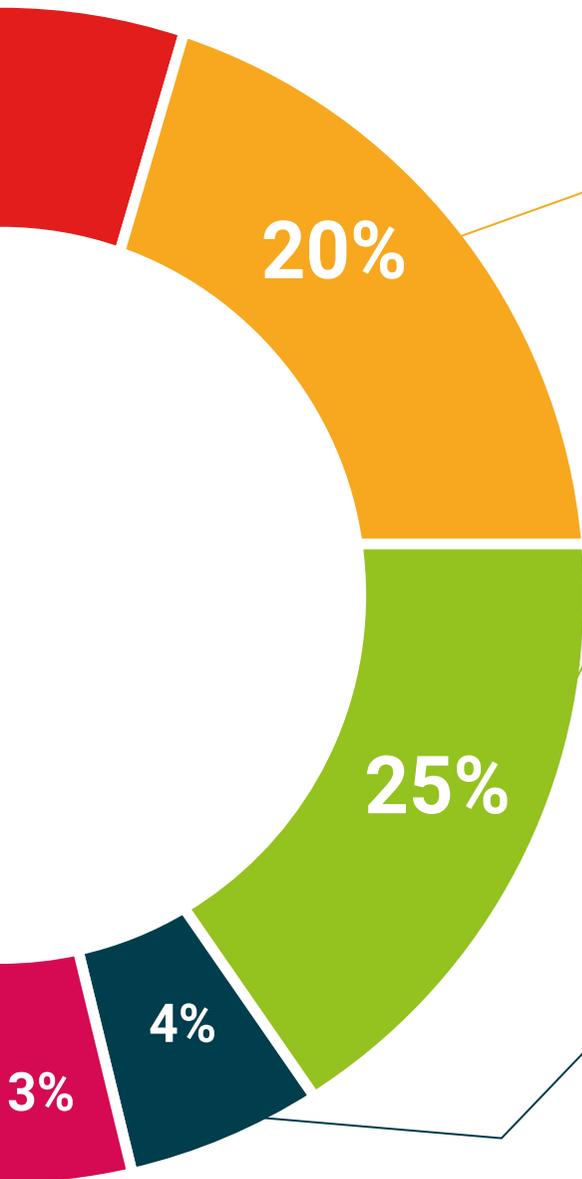
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

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





Fallstudien

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Prüfung und Nachprüfung

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



07

Qualifizierung

Der Privater Masterstudiengang in Kulturjournalismus garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **Privater Masterstudiengang in Kulturjournalismus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: Privater Masterstudiengang in Kulturjournalismus

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 Std.**



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang

Kulturjournalismus

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

Privater Masterstudiengang Kulturjournalismus

