

Privater Masterstudiengang Politischer Journalismus





Privater Masterstudiengang Politischer Journalismus

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

Internetzugang: www.techtute.com/de/journalismus-kommunikation/masterstudiengang/masterstudiengang-politischer-journalismus

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 16

04

Kursleitung

Seite 22

05

Struktur und Inhalt

Seite 28

06

Methodik

Seite 44

07

Qualifizierung

Seite 52

01

Präsentation

Politik entwickelt sich in einem verschlungenen Labyrinth aus kommunikativen und überzeugenden Strategien. Ideologien, Beziehungen zur Macht und zu Institutionen, Informationsflüsse und deren Intention, *Fake News* sowie viele andere Faktoren werden für Journalisten in diesem Sektor zum Schlüssel für essentielles Wissen: der Schlüssel für den Zugang zu einer Welt, die ein hohes Maß an Spezialisierung erfordert, um die Qualitätsinformationen zu erhalten, zu differenzieren und anzubieten, die die Bürger erhalten sollten. Dieses Programm bietet die größte Entwicklung in diesem Bereich, indem es die Fähigkeiten des Studenten in jedem der Bereiche stärkt, die notwendig sind, um als Experte im politischen Journalismus zu agieren.



“

Politische Kommunikation setzt spezifische Strategien ein, die vom Journalisten ein tiefgreifendes Wissen über die Funktionsweise der Politik und ihre Botschaft erfordern. Dieser Private Masterstudiengang wird Sie in die Lage versetzen, sich mit der Effizienz eines Experten in diesem Sektor zu bewegen”

Seit den Anfängen der Regierungsmacht ist es schwierig, eine Definition zu finden, die die Bedeutung des Begriffs erfasst: Politik umgibt alles und jeden, von den Preisen der Produkte, die Sie im Supermarkt kaufen, bis zu den Gehältern, die jedem Arbeitnehmer gezahlt werden, oder dem Schutz der am meisten Benachteiligten.

Die Politik erzeugt Veränderungen in der Gesellschaft. Deshalb ist ein spezialisiertes Wissen über das politische Umfeld und seine Entwicklung, das auf wahrheitsgemäßen, kontrastreichen und gut ausgearbeiteten Informationen beruht, unerlässlich.

Auf diese Weise werden politische Journalisten zu authentischen Akteuren und Verteidigern der Wahrheit, sowohl extern in den Medien und Zeitungen als auch intern bei der Ausarbeitung der Kommunikationspläne der Parteien, die an den Wahlen kandidieren.

Das Hauptziel dieses Privaten Masterstudiengangs ist die Spezialisierung des professionellen Journalisten auf den politischen Journalismus. Um dies zu erreichen, müssen praktische Fälle studiert und ergänzende Aktivitäten durchgeführt werden, die Fachwissen generieren.

Der Spezialisierungsgrad des Privaten Masterstudiengangs in Politischer Journalismus ermöglicht es dem Berufsjournalisten, ein hohes Maß an fortgeschrittenem Wissen und Entwicklung in den politischen Umfeldern zu erreichen, die die Welt des Journalismus umgeben, und zwar in den wichtigsten und bedeutendsten Aspekten in jeder seiner Berufslinien.

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

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



*Die bewährte Erfahrung der TECH
Technologischen Universität
steht Ihnen bei dieser kompletten
Fortbildung zur Verfügung"*

“

Ein Privater Masterstudiengang, der durch die beste Technologie unterstützt wird, die es Ihnen ermöglicht, flüssig und effizient zu lernen”

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

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

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

Lernen Sie alle Aspekte kennen, die ein erfolgreicher politischer Kommunikationsprofi beherrschen muss.

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



02 Ziele

Der Private Masterstudiengang in Politischer Journalismus zielt darauf ab, einen Spezialisierungsgrad zu erlangen, der es dem Journalisten ermöglicht, seine Karriere in diesem Bereich optimal zu entwickeln, indem er ihn mit neuen Verbreitungstechniken, Kampagnenstrategien und Querverweisen auf Informationen für ein Regierungssystem vertraut macht. Zu diesem Zweck haben wir die wesentlichen theoretischen Inhalte entwickelt, die als Grundlage für die Praxis dienen und im Laufe des Programms intensiv vertieft werden.





“

Lernen Sie, wie Sie mit den verschiedenen politischen Akteuren in Beziehung treten können, indem Sie die entsprechenden Protokolle verwalten, um die effizientesten Zugangskanäle zu den Informationsquellen zu schaffen”



Allgemeine Ziele

- ♦ Die historische Entwicklung von Gesellschaften anhand der Denker untersuchen, die sie hervorgebracht haben
- ♦ Die Störfaktoren im politischen Denken zu identifizieren, die die Entwicklung der öffentlichen Meinung durch die Anfänge der Medien geprägt haben
- ♦ Schlussfolgerungen über die Entwicklung von Propagandasystemen als Faktoren zur Erlangung von Macht ziehen
- ♦ Analyse der Entstehung und Funktionsweise von Ideologien in Gesellschaften
- ♦ Die Nutzung von politischen Parteien als Träger von Ideologien untersuchen
- ♦ Analyse der politischen Realitäten der verschiedenen Territorien im Vergleich zu den Ideologien, die sich dort entwickelt haben, und dem Parteiensystem, das in diesen Gebieten funktioniert
- ♦ Das Auftreten der politischen Kultur eines jeden Bürgers bei der Entscheidung über seine Sympathie für die verschiedenen Parteien entwickeln
- ♦ Erste Verbindungen zum politischen Umfeld knüpfen
- ♦ Die Besonderheiten der verschiedenen parlamentarischen Aktivitäten zu entwickeln
- ♦ Die verschiedenen Kommunikationskanäle zwischen den politischen Formationen und der Presse in den Cortes Generales identifizieren
- ♦ Die verschiedenen Stile der Parlamentsberichterstattung je nach Format zu untersuchen und die Redaktionen anzupassen, um Effizienz und Qualität zu verbessern
- ♦ Fachwissen über politische Kommunikation entwickeln
- ♦ Die politische Kommunikation zu den Sozialwissenschaften und insbesondere zu den Kommunikationstheorien untersuchen und in Beziehung setzen
- ♦ Die Rolle der Kommunikation politischer Institutionen in modernen Demokratien analysieren
- ♦ Politische Reden für verschiedene Umgebungen und Zielgruppen auszuarbeiten und zu analysieren sowie sie mündlich mit kommunikativer Wirksamkeit auszuführen
- ♦ Kommunikationsstrategien identifizieren, die in politischen Reden angewandt werden
- ♦ Rhetorik politischer Reden und verschiedene Überzeugungsstrategien in politischen Kampagnen und Wahlkämpfen analysieren
- ♦ Die Entwicklung von Fähigkeiten in der Anwendung von mündlichen und schriftlichen Ausdruckstechniken, die es dem Studenten ermöglichen, die Fähigkeit zu erwerben, einen politischen Diskurs zu erarbeiten und zu analysieren
- ♦ Entwicklung effektiver Kommunikationsfähigkeiten, um ein ausgezeichneter Sprecher und Kommunikator in einem professionellen Umfeld zu werden
- ♦ Den internationalen Kontext analysieren, in dem sich politische Akteure entwickeln
- ♦ Die Leistung der Medien in internationalen politischen Sphären und bewaffneten Konflikten analysieren
- ♦ Die Funktionen, die jede supranationale Institution in Betracht zieht, und die Auswirkungen, die ihr Handeln auf bestimmte Länder haben kann, interpretieren
- ♦ Analyse der Faktoren für die Diskriminierung von Gruppen in Gesellschaften
- ♦ Muster von diskriminierenden Informationen in der Medienberichterstattung erkennen
- ♦ Herausfinden, wie man die ethische und respektvolle Berichterstattung verbessern kann, ohne den Wert der professionellen Objektivität zu verlieren
- ♦ Analyse von sozialen Netzwerken auf der Suche nach politischen Informationen
- ♦ Das Verhalten der politischen Akteure in den sozialen Netzwerken bewerten
- ♦ Politische Gelegenheiten in sozialen Medien erkennen
- ♦ Innovatives Management sozialer Medien und Analyse sozialer Medien
- ♦ Die Funktionsweise und den Prozess der Ausarbeitung von Umfragen festlegen
- ♦ Analyse der Auswirkungen von Umfragedaten auf die Bevölkerung und die politischen Parteien
- ♦ Die Verwendung und Anwendung von politischen Daten in den Medien bestimmen
- ♦ Den Beruf des Journalisten in einer ethischen Weise in einem politischen Umfeld ausüben
- ♦ Die Funktionsweise der Beziehungen des Journalisten zu Parteien und Institutionen ermitteln, um die gewünschten Informationen zu erhalten
- ♦ Wahrheitsgemäße und unbeabsichtigte Informationen von Falschmeldungen unterscheiden und herausfiltern, die versuchen, die Öffentlichkeit zu desinformieren



Spezifische Ziele

Modul 1. Politischer Journalismus, Propaganda und Philosophie des Denkens

- ♦ Analyse des Einflusses der Entwicklung von Macht und Regierung in der Antike als Grundlage für die heutigen Gesellschaften
- ♦ Schlüsselpunkte aus dem Denken griechischer und römischer politischer Philosophen auf das moderne Wissen anwenden
- ♦ Wissen über die demokratische Entwicklung während der Aufklärung und die Beiträge ihrer Denker zur politischen Theorie generieren
- ♦ Eine beliebige politische Periode der Geschichte mit zeitgenössischen Denkern in Verbindung bringen
- ♦ Untersuchung der Entstehung des Einflusses von Medien und Macht auf die öffentliche Meinung
- ♦ Die Bedeutung der Propaganda während des Ausbruchs und der Entwicklung von Kriegen, vor allem im heutigen Europa, bestimmen
- ♦ Erkennen des Einflusses der journalistischen und propagandistischen Entwicklungen des frühen 20. Jahrhunderts auf die Entwicklung des Spanischen Bürgerkriegs und der nachfolgenden Franco-Diktatur
- ♦ Die wichtigsten historischen Faktoren in unseren heutigen Gesellschaften zu identifizieren, um Rückschlüsse auf politische Einflüsse im Laufe der Zeit zu ziehen
- ♦ Die Rolle der Medien in demokratischen Gesellschaften durch ihr Verhältnis zur Macht analysieren

Modul 2. Ideologien und Parteien

- ♦ Unterschiedliche ideologische Maßstäbe und politische Ausrichtungen kritisch analysieren
- ♦ Untersuchung der Positionierung von Parteien innerhalb politischer Systeme
- ♦ Die Bedeutung von Interessengruppen im Zusammenhang mit Bürgerbewegungen mit politischem Aspekt bestimmen
- ♦ Die unterschiedlichen politischen Identitäten sowohl der Parteien selbst als auch der Bürger ermitteln, was für die Interpretation ihrer ideologischen Positionen grundlegend ist
- ♦ Die Funktionsweise einer Partei, ihre internen Regeln und Vorschriften und die Gründe für Abspaltungen oder Fusionen mit anderen Familien untersuchen
- ♦ Untersuchung der Veränderungen, die in Parteien im Zuge ihrer politischen Entwicklung hin zur Institutionalisierung auftreten können

Modul 3. Parlamentarische Chronologie und politisches Umfeld

- ♦ Die Notwendigkeit einer zuverlässigen und ehrlichen Berichterstattung untermauern
- ♦ Prüfung aller Instrumente, die im Plenarsaal für die Ausübung des Parlamentsjournalismus zur Verfügung stehen
- ♦ Analyse der verschiedenen Aktivitäten und Ereignisse in der Kammer
- ♦ Die üblichen Kommunikationskanäle zwischen der Presse und den Parteien ermitteln
- ♦ Neue Schreibstile entsprechend den verfügbaren Plattformen, Formaten und Technologien vorschlagen
- ♦ Analyse der Tentakel der Macht im politischen Umfeld

Modul 4. Politische und institutionelle Kommunikation

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

Modul 5. Analyse des politischen Diskurses

- ♦ Analyse des Ursprungs von Rhetorik und Redekunst Erkennen, welche das sind und wie wichtig es ist, sich an verschiedene Zielgruppen anzupassen, um überzeugend und überzeugend zu kommunizieren
- ♦ Einen interdisziplinären Ansatz für den politischen Diskurs vorschlagen, der die Komplexität aller Diskursivität berücksichtigt

- ♦ Entwicklung von Fachwissen und kritischem Urteilsvermögen, um die untersuchten kommunikativen Prozesse und Phänomene (politisch, kulturell, ideologisch, historisch, sozial) in die entsprechenden potenziellen Ursachenebenen und ihre möglichen Auswirkungen einzuordnen
- ♦ Diskursive und argumentative Rhetorik auf ihre Anwendung in analytischen, interpretierenden und meinungsbildenden Texten untersuchen
- ♦ Die Rolle der Politikberatung in der politischen Kommunikation von Parteien und politischen Praktikern erkennen
- ♦ Die Elemente der Wahlkommunikation identifizieren
- ♦ Bereitstellung neuer konzeptioneller Werkzeuge für die konkrete Anwendung empirischer Fallstudien

Modul 6. Internationaler politischer Journalismus und globale Strukturen

- ♦ Die Rolle des politischen Journalisten im internationalen Umfeld zu bestimmen
- ♦ Analyse der Funktionsweise verschiedener Arten von Staaten und wie diese politisch handeln können
- ♦ Die Auswirkungen der Globalisierung auf die Entwicklung der Gesellschaften aus der Perspektive der Kommunikation interpretieren
- ♦ Analyse der Stellung supranationaler Gremien und ihrer Entscheidungsbefugnis gegenüber den Staaten, an die sie sich wenden
- ♦ Entwicklung einer kritischen Perspektive auf die jüngsten bewaffneten Konflikte und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaften sowie ihre Behandlung in den Medien
- ♦ Untersuchung der Bedeutung der sozialen Bewegungen seit dem französischen Mai und der Informationen, die über sie gegeben wurden
- ♦ Analyse des Auftretens der neuen Populismen in den verschiedenen Ländern, in denen sie die Macht übernommen haben, und des Einsatzes der Medien, um dies zu erreichen

Modul 7. Kommunikation über Vielfalt und Geschlecht

- ♦ Die Faktoren für die Diskriminierung von Gruppen in den Medien identifizieren und erkennen, ob diese provoziert oder unbeabsichtigt sind
- ♦ Die Grundlage der inklusiven Kommunikation bestimmen
- ♦ Die Entwicklung der Medien als Gelegenheit zu analysieren, die Formen der informativen Sprache voranzubringen
- ♦ Die Rolle der Frauen in den Mainstream-Medien zu visualisieren, sowohl intern als Journalistinnen als auch in der Art und Weise, wie sie in den Nachrichten behandelt werden
- ♦ Verdeutlichung der rassistischen Vorurteile, die in einer Publikation auftreten können
- ♦ Untersuchung der Platzvergabe für benachteiligte Gruppen
- ♦ Die soziale Verantwortung von Journalisten als Informanten der Öffentlichkeit wahrnehmen, um sich zu einer besseren Berufspraxis weiterzuentwickeln

Modul 8. Analyse und Verwaltung von sozialen Netzwerken zur Beeinflussung und Kommunikation

- ♦ Identifizierung relevanter Gemeinschaften und politischer Akteure in sozialen Netzwerken
- ♦ Identifizierung politischer sozialer Netzwerke
- ♦ Festlegung von Leitlinien für das Handeln in sozialen Netzwerken
- ♦ Überprüfung von Inhalten in sozialen Medien
- ♦ Soziale Netzwerke richtig verwalten
- ♦ Generieren Sie Daten aus sozialen Medien für weitere Analysen
- ♦ Erstellung nützlicher Berichte für die Bewertung der Leistung des Netzwerks
- ♦ Überwachung politischer Aktivitäten in sozialen Medien
- ♦ Politische Innovationen im Internet erforschen

Modul 9. Politische Datenanalyse und Demoskopie

- ♦ Analyse der Geschichte der politischen Daten und ihrer Verwendung in der Geschichte der Demokratie
- ♦ Die Verwendung von Umfragen und deren Vorbereitungs- und Produktionsphasen festlegen
- ♦ Bestimmen Sie die Rolle der "Küche" bei der Weitergabe von politischen Daten
- ♦ Analyse der Nutzung von Umfragen durch Parteien, Medien und Bürger
- ♦ Entwicklung von Fachwissen über die Verwendung einer Umfrage und das Verständnis der zu verarbeitenden Daten
- ♦ Die Verwendung von Datenvisualisierung in der Arbeit der Medien und ihre wesentliche Aufbereitung für das Verständnis des jeweiligen Nutzers bestimmen

Modul 10. Quellenjournalismus, Berufsethik und *Fake News*

- ♦ Die aktuelle Situation der Medien in ihrer täglichen Koexistenz mit Desinformationsprozessen analysieren
- ♦ Identifizierung sowohl organischer (Parteien) als auch individueller (Politiker) politischer Quellen
- ♦ Analyse der Faktoren, die in den letzten Jahren zur Entwicklung von *Fake News* geführt haben, unter Berücksichtigung der wichtigsten Quellen derselben
- ♦ Die Grenzen des Rechtsjournalismus in Bezug auf die Aufbereitung und Ausarbeitung von Informationen untersuchen und ihn mit der juristischen Perspektive verbinden
- ♦ Ermittlung des Bedarfs an kontinuierlicher Überprüfungsarbeit auf der Grundlage dessen, was bereits von Fact-Checking-Unternehmen entwickelt wurde
- ♦ Analyse bestehender Gesetzesinitiativen zur Regulierung der Verbreitung von Falschmeldungen und falschen Informationen
- ♦ Hervorhebung der Arbeit von Faktenprüfern und objektiven Journalisten angesichts von Medien, die Desinformation verbreiten





“

Unser Ziel ist einfach: Ihnen eine qualitativ hochwertige Weiterbildung mit den am besten entwickelten Studienmitteln zu bieten, damit Sie mit wenig Aufwand die besten Ergebnisse erzielen können"

03

Kompetenzen

Der Private Masterstudiengang in politischem Journalismus zielt darauf ab, einen Spezialisierungsgrad zu erlangen, der es dem Journalisten ermöglicht, seine Karriere in diesem Bereich optimal zu entwickeln, indem er ihn mit neuen Verbreitungstechniken, Kampagnenstrategien und Querverweisen auf Informationen für ein Regierungssystem vertraut macht. Zu diesem Zweck haben wir die wesentlichen theoretischen Inhalte entwickelt, die als Grundlage für die Praxis dienen und im Laufe des Programms intensiv vertieft werden.





“

Erwerben Sie die Fähigkeiten eines Kommunikationsexperten durch diese umfassende Fortbildung, die es Ihnen ermöglicht, die für diesen Bereich des Journalismus spezifischen Werkzeuge und Arbeitsweisen zu beherrschen”



Allgemeine Kompetenzen

- ♦ Die Funktionen eines Fachkommunikators in einem beliebigen Medium oder einer Zeitung wahrnehmen
- ♦ Arbeiten je nach Art der Nachrichtenredaktion in diesem Sektor
- ♦ Mit Informationen in diesem Bereich angemessen umgehen
- ♦ Verbindung zu politischen Quellen herstellen
- ♦ Entwicklung auf dem Gebiet der Politik
- ♦ Gezielte Arbeit mit Ideologien mit Spezialwissen
- ♦ Politische Kampagnen verwalten
- ♦ Politische Daten in verschiedenen Kontexten analysieren
- ♦ In politischer Kommunikation und *Public Affairs* beraten
- ♦ Beziehungen zu politischen Managern pflegen

“

Beherrschen Sie die Feinheiten eines der komplexesten und interessantesten Bereiche der Kommunikation für den professionellen Journalisten”





Spezifische Kompetenzen

- ♦ Eine historische Analyse des Einflusses von Macht und Regierung durchführen
- ♦ Die wichtigsten Punkte der politischen Philosophie in Griechenland und Rom erläutern
- ♦ Die demokratische Entwicklung in der Aufklärung diskutieren
- ♦ Analyse historischer Einflüsse und ihrer Auswirkungen auf die heutige Politik
- ♦ Die Einflussfaktoren der Propaganda im Spanischen Bürgerkrieg und im Franquismus erläutern
- ♦ Die verschiedenen historischen Ideologien beschreiben
- ♦ Jede Ideologie mit den entsprechenden politischen Parteien in Verbindung bringen
- ♦ Ideologien auf praktische Art und Weise mit den Systemen der jeweiligen Gesellschaft in Verbindung bringen
- ♦ Politische Kultur erklären
- ♦ Die politischen Identitäten der Bürger beschreiben
- ♦ Das politische System einer Gesellschaft beschreiben
- ♦ Die verschiedenen Arten der Parteienüberredung nutzen
- ♦ Entwicklung einer vergleichenden Perspektive auf die Funktionsweise von Parteien: Handlungsweisen, Vielfalt der internen Ideologien, Brüche usw.
- ♦ Erstellung hochwertiger Parlamentsberichte für jede Plattform und jedes Format
- ♦ Mit Informationen aus dem Gerichtswesen umgehen können
- ♦ Schreibstile beherrschen
- ♦ Tools für den Parlamentsberichtersteller verwenden
- ♦ Aufbau angemessener Beziehungen zwischen dem Reporter und der Presse
- ♦ Das Schreiben in anderen Umgebungen als den Gerichten

- ♦ Arbeit mit Wissen über das politische Umfeld der Institutionen
- ♦ In den Abteilungen für Kommunikationsmanagement, Beratung und Presse verschiedener politischer Akteure arbeiten
- ♦ Analyse der Rhetorik des politischen Diskurses
- ♦ Beschreibung der demokratischen Werte, die durch die politische Sprache ausgedrückt werden
- ♦ Aufdeckung der Argumentationsmuster im politischen Diskurs und in der institutionellen Kommunikation
- ♦ Anwendung methodologischer und theoretischer Instrumente zur Analyse und Entwicklung des politischen Diskurses
- ♦ Den Subtext der politischen Botschaft untersuchen
- ♦ Bewältigung der Konflikte zwischen den Ländern mit der höchsten Konflikthäufigkeit
- ♦ Die Medienberichterstattung über diese Konflikte analysieren
- ♦ Beschreibung der politischen Regime der einzelnen Staaten und ihrer unterschiedlichen Kommunikationsstile
- ♦ Erklärung der internationalen populistischen Expansionen der letzten Jahre
- ♦ Erklärung der Desinformationsstrategien von Führern umstrittener Regime
- ♦ Beschreibung der aktuellen Mediensituation in Bezug auf die Kommunikation über benachteiligte Bevölkerungsgruppen
- ♦ Fehlverhalten aufdecken
- ♦ Erkennen von Fehlverhalten in Bezug auf die Berufsethik





- ♦ Förderung einer objektiven und gleichberechtigten Informationsentwicklung in den Medien
- ♦ Netzwerke fachmännisch verwalten und analysieren
- ♦ Das Wissen eines Spezialisten für digitales Marketing in Journalismus und Politik anwenden
- ♦ Überwachung des Geschehens im Web außerhalb der Filterblase
- ♦ Messung der Wirkung in der realen Welt
- ♦ Mit *Agenta Setting* oder durch die Teilnahme an Unterhaltungen, die im Netzwerk entstehen, wirkungsvolle Bewegungen schaffen
- ♦ Analyse der Wählertypen nach sozialem Status
- ♦ Die Arten der Abstimmung je nach sozialem Status entdecken
- ♦ Den Einfluss von Demoscoping auf die Wähler analysieren
- ♦ Politik anhand von Daten analysieren
- ♦ Daten visualisieren und sie optimal für die journalistische Kommunikation aufbereiten
- ♦ Erkennen der verschiedenen politischen Quellen und wie man mit ihnen umgeht
- ♦ Erkennen der Intention von Lecks und ihrer Ausrichtung
- ♦ Den Ethikkodex bei der Entwicklung der journalistischen Tätigkeit anwenden
- ♦ *Fake News*, Falschmeldungen und Unwahrheiten erkennen und sie in den Medien korrigieren
- ♦ *Fact Checking*

04

Kursleitung

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



“

Von Experten auf diesem Gebiet zu erfahren ist der beste Weg, um alle Geheimnisse des politischen Journalismus zu entdecken: eine Fähigkeit, die nur die Besten erreichen können”

Leitung



Hr. Hernández De La Morena, Marcos

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

Professoren

Fr. Cáceres, Karina

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

Hr. Espinosa Mateo, Carlos

- ♦ Position: Journalist mit Spezialisierung auf Politikwissenschaft und Regierung an der Universität Carlos III in Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Imageberatung und Politikberatung
- ♦ Kommunikationstechniker bei Ospina Abogados
- ♦ Gründungspartner und Leitung der Kommunikationsabteilung von Prima Comunicación

Fr. Dominguez Liaño, Sara

- ♦ Position: Beratung des Ministeriums für die Präsidentschaft der Regierung Spaniens
- ♦ Hochschulabschluss in Politikwissenschaften an der Universität Carlos III Madrid (UC3M)
- ♦ Expertin für internationale Krisenprävention und -management, Universität Carlos III Madrid (UC3M)
- ♦ Technische Mitarbeit in der sozialdemokratischen Fraktion der Madrider Generalversammlung
- ♦ Teilnahme am Think Tank Common Action Forum
- ♦ Expertin für internationale Krisenprävention und -management, UC3M
- ♦ Sie wird ihre Dissertation im Rahmen des Masterstudiengangs für Frieden, Sicherheit und Verteidigung des Instituts für Universität Gutiérrez Mellado präsentieren

Fr. Sánchez Zambrano, Isabel

- ♦ Position: Journalistin mit Spezialisierung auf internationale Studien an der Universität Carlos III in Madrid
- ♦ Policy advisor trainee im Europäischen Parlament im Ausschuss für regionale Entwicklung
- ♦ Bereich Internationales und Zusammenarbeit des spanischen Verbands der Gemeinden und Provinzen (FEMP)

Hr. Guisado, Daniel Vicente

- ♦ Position: Journalist mit Spezialisierung auf Politikwissenschaft
- ♦ Hochschulabschluss in Politikwissenschaften, Universität Carlos III in Madrid
- ♦ Außerordentlicher Preis für das Ende des Studiums, Autonome von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Politischer Analyse und Wahlanalyse, Universität Carlos III in Madrid

Hr. Romero Sánchez, David

- ♦ Position: Derzeit ist er Ministerpräsident von Spanien
- ♦ Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften an der Universität von Granada
- ♦ Hochschulabschluss in Politikwissenschaft
- ♦ Masterstudiengang in politischer Kommunikation und Wahlkampf an der Universität Pablo de Olavide in Sevilla
- ♦ Experte für digitale Kommunikation
- ♦ Beratung für digitale Kommunikationsstrategien und Analysen bei den Vorwahlen in der Dominikanischen Republik
- ♦ Politischer Berater bei EASIEST

Hr. Espí Hernández, Alejandro

- ♦ Position: Politische Beratung und Ratsmitglied im Stadtrat von Los Montesinos
- ♦ Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und öffentlichem Management an der Universität von Elche
- ♦ Masterstudiengang in Internationalen Ibero-Amerikanischen Beziehungen von der Universität Rey Juan Carlos
- ♦ Universitätsexperte für Politische und institutionelle Kommunikation von der Katholischen Universität San Antonio von Murcia
- ♦ Universitätsexperte für berufliche Fähigkeiten, Beschäftigungsfähigkeit und Unternehmertum von der Universität Miguel Hernández.
- ♦ Nachdiplomstudium für öffentliche Reden und politische Kommunikationsstrategien
- ♦ Lehrbeauftragter an der Stiftung Fundación Ciencias de la Documentación

Hr. Pérez Guzmán, Víctor

- ♦ Position: Finanzberater bei Arbaizar Asesores
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaft und Recht an der Universität Rey Juan Carlos
- ♦ Hochschulabschluss in Politikwissenschaften an der Universität Carlos III in Madrid
- ♦ Universitätsexperte mit Masterstudiengang in quantitativer Analyse
- ♦ Marktforschungsanalyst bei Patrick Charles Communication

Hr. Lardiez Manzano Adrián

- ♦ Position: Journalist in der Kommunikationsabteilung der Internationalen Schule für Kommunikation
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus von der URJC
- ♦ Masterstudiengang in demokratischer Führung und politischer Kommunikation, Politikwissenschaft und guter Regierungsführung von der Universität Complutense in Madrid
- ♦ Parlamentarischer Korrespondent für die Zeitung El Plural
- ♦ Redakteur bei CEDEU Centro de Estudios Universitarios (Zentrum für Universitätsstudien)



“

Ein beeindruckendes Lehrkollegium, das sich aus Fachleuten aus verschiedenen Bereichen zusammensetzt, wird Sie während Ihrer Ausbildung unterrichten: eine einmalige Gelegenheit, die Sie nicht verpassen sollten"

05

Struktur und Inhalt

Die Inhalte dieses Studiums wurden von den verschiedenen Professoren dieses Studiengangs mit einem klaren Ziel entwickelt: sicherzustellen, dass die Studenten alle notwendigen Fähigkeiten erwerben, um ein echter Experte für politischen Journalismus zu werden. Der Inhalt dieses Kurses wird es den Studenten ermöglichen, alle Aspekte der verschiedenen Disziplinen in diesem Bereich kennenzulernen. Es handelt sich um ein sehr umfassendes und gut strukturiertes Programm mit höchsten Qualitäts- und Erfolgsstandards.





“

Ein sehr komplettes Studienprogramm, 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. Politischer Journalismus, Propaganda und Philosophie des Denkens

- 1.1. Griechenland und Rom. Klassische politische Philosophie und die Entstehung der öffentlichen Meinung
 - 1.1.1. Griechenland, die Wiege der öffentlichen Meinung und des politischen Denkens
 - 1.1.1.1. Die Vorsokratiker und die politische Idee
 - 1.1.1.2. Sokrates, der Vater der politischen Philosophie
 - 1.1.1.3. Platon und die Republik
 - 1.1.1.4. Die Redekunst des Demosthenes
 - 1.1.1.5. Aristoteles und die Politik
 - 1.1.2. Rom: Denken, Macht und Redekunst
 - 1.1.2.1. Griechische Einflüsse: Hellenismus
 - 1.1.2.2. Cicero: Reden und der ideale Staat
 - 1.1.2.3. Seneca und die kaiserliche Macht
 - 1.1.2.4. Marcus Aurelius, Überlegungen eines Kaisers
- 1.2. Vom Mittelalter bis Machiavelli: Frühe Propaganda und Politikwissenschaft
 - 1.2.1. Mitten im Mittelalter. Die Geburt der kirchlichen Propaganda
 - 1.2.1.1. Augustinus von Hippo und Thomas von Aquin
 - 1.2.1.2. Die Kirche und die Kontrolle über die Massen
 - 1.2.2. Hochmittelalter: Der Weg zur Renaissance
 - 1.2.2.1. Dantes Monarchie
 - 1.2.2.2. Marsilius von Padua
 - 1.2.3. Niccolò Machiavelli und die Politik als Studienfach
- 1.3. Erleuchtung: Frankreich, England und das goldene Zeitalter des politischen Denkens
 - 1.3.1. Vorläufer der Explosion des Denkens
 - 1.3.1.1. Hobbes' Leviathan
 - 1.3.1.2. Die Französische Revolution als Ausgangspunkt
 - 1.3.2. Frankreich
 - 1.3.2.1. Montesquieu und der Geist der Gesetze
 - 1.3.2.2. Der Gesellschaftsvertrag von Rousseau
 - 1.3.3. England
 - 1.3.3.1. Lockes Brief über Duldung
 - 1.3.3.2. Bentham und gutes Regieren
 - 1.3.4. Deutschland
 - 1.3.4.1. Schiller und die Revolution ohne Gewalt
- 1.4. Neunzehntes Jahrhundert: Wachstum des politischen Journalismus inmitten von ideologischen Revolutionen
 - 1.4.1. Konsolidierung der Presse als vierte Gewalt
 - 1.4.1.1. Erste Parteien und ihre Medien
 - 1.4.2. Anfänge des Marxismus
 - 1.4.2.1. Kommunistisches Manifest
 - 1.4.2.2. Marxistische Konzeption des Staates
 - 1.4.3. Liberale Revolutionen und ihre politische Konzeption
 - 1.4.3.1. 1820
 - 1.4.3.2. 1830
 - 1.4.3.3. 1848
- 1.5. Erster Weltkrieg: Ausweitung der Kriegspropaganda
 - 1.5.1. Die Themen der Massenpropaganda: Patriotismus als Grundlage
 - 1.5.1.1. Wirtschaftliche Unterstützung
 - 1.5.1.2. Zivile Unterstützung
 - 1.5.1.3. Einberufung zum Militär
 - 1.5.1.4. Interne Militärpropaganda
 - 1.5.2. Lippmann, Bernays und die antideutsche Kampagne
 - 1.5.3. Die Verbreitung von Propaganda als Mehrzweckmethode
 - 1.5.3.1. Plakate
 - 1.5.3.2. Radio
 - 1.5.3.3. Presse
 - 1.5.4. Die Folgen der Entwicklung der Propaganda in Europa und den USA
- 1.6. Zwischen den Weltkriegen und dem Zweiten Weltkrieg: der Höhepunkt der Propaganda und des Grabenjournalismus
 - 1.6.1. Die Besiegten des Großen Krieges
 - 1.6.1.1. Deutschland, unter Trümmern und Schulden

- 1.6.2. Der Aufstieg des Autoritarismus durch politische und zivile Symbole
 - 1.6.2.1. Nationalsozialismus
 - 1.6.2.2. Faschismus
- 1.6.3. Ausbruch des Krieges und internationale Propaganda
 - 1.6.3.1. Weiße und schwarze Propaganda
 - 1.6.3.2. Interne Propaganda
 - 1.6.3.3. Propaganda im Freien
- 1.6.4. Kriegsjournalismus, eine Berichtsmaschine
 - 1.6.4.1. Journalisten und Seiten
 - 1.6.4.2. Die Bedeutung von Informationen im Zweiten Weltkrieg
- 1.7. Spanischer Bürgerkrieg und Francos Regime: Banditenjournalismus, Propaganda und Zensur
 - 1.7.1. Der Ausbruch des Bürgerkriegs und die Bildung der Parteien
 - 1.7.2. Propaganda der Fraktionen
 - 1.7.2.1. Francoistische Propaganda. National und international
 - 1.7.2.2. Republikanische Propaganda. National und international
 - 1.7.2.3. Vergleich von Postern
 - 1.7.3. Journalisten in den Schützengräben
 - 1.7.3.1. Nationale Berichterstattung
 - 1.7.3.2. Internationale Berichterstattung
 - 1.7.4. Das Ende des Krieges und der frühe Franquismus
 - 1.7.4.1. Verkaufssieg. Legitimität
 - 1.7.4.2. Propaganda im Franquismus
 - 1.7.4.3. Unterdrückung des Journalismus unter der Diktatur und Umstrukturierung der Medien
- 1.8. Kalter Krieg: Blockpolitik, parteiische Berichterstattung und subversive Propaganda
 - 1.8.1. Die Bildung von Blöcken nach dem Krieg
 - 1.8.1.1. Information. Medien im Dienste der Blöcke
 - 1.8.1.2. Konfrontative Propaganda
 - 1.8.2. Professioneller Journalismus in einem oppositionellen Umfeld
 - 1.8.2.1. Hexenjagd in den USA
 - 1.8.3. Interne subversive Kommunikation und Propaganda
 - 1.8.3.1. Pro-sowjetische Medien und deren Verbreitung in den USA
 - 1.8.3.2. Pro-US Medien und Verbreitung in der UdSSR

- 1.9. Zeitgenössisches politisches Denken und die Entstehung des politischen Journalismus am Ende des 20. Jahrhunderts
 - 1.9.1. Philosophische Konsequenzen nach dem Zweiten Weltkrieg und der Kontext des Kalten Krieges
 - 1.9.1.1. Rawls und die Theorie der Gerechtigkeit
 - 1.9.1.2. Der Mai '68 als Ausgangspunkt für linke Denker
 - 1.9.2. Die Frankfurter Schule und die Entwicklung des Denkens
 - 1.9.3. Politische Philosophie in Verbindung mit der Wirtschaft des Fin-de-Siècle
 - 1.9.4. Entwicklung des politischen Journalismus in konsolidierten Demokratien
 - 1.9.4.1. Politischer Journalismus als Mainstream-Branche
 - 1.9.4.2. Gegenmacht oder im Dienste der Macht?
- 1.10. Politischer Journalismus und Parteipropaganda im 21. Jahrhundert
 - 1.10.1. Das Internet revolutioniert die Politik
 - 1.10.1.1. Parteien und ihre Internetkommunikation
 - 1.10.1.2. Verbreitung von Online-Propaganda
 - 1.10.1.3. Die Ausweitung der sozialen Netzwerke und ihre Bedeutung
 - 1.10.2. Politischer Journalismus im 21. Jahrhundert
 - 1.10.2.1. Der Sprung von Print zu Online
 - 1.10.2.2. Verbreitung von Informationen: die Unmittelbarkeit des Internets und der Sozialen Netzwerke
 - 1.10.2.3. Die Beziehung von Journalisten zu Politikern und Publikum

Modul 2. Ideologien und Parteien

- 2.1. Politische Kultur, Sozialisation und Ideologien
 - 2.1.1. Werte, Überzeugungen, Haltungen und Ideologien im politischen System
 - 2.1.2. Politische Kultur und ihre Dimensionen
 - 2.1.3. Politische Sozialisation: Phasen und Akteure
 - 2.1.4. Politische Orientierungen: Beharrlichkeit oder Veränderung?
 - 2.1.5. Politische Generationen (Kohorten)
 - 2.1.6. Das politische System (D. Easton)
- 2.2. Akteure und Parteien im politischen System
 - 2.2.1. Politisches Handeln und seine Vielfalt: Intensität und Spezialisierung im politischen Handeln
 - 2.2.2. Formen des politischen Handelns: konventionell und unkonventionell

- 2.2.3. Politische Akteure und politische Parteien ansprechen
- 2.2.4. Partei-Systeme
- 2.2.5. Interessengruppen, Lobbys und soziale Bewegungen
- 2.2.6. Die Medien
- 2.3. Politisches Verhalten und Wahlanalyse: parteipolitische und ideologische Identitäten
 - 2.3.1. Politische Vertretung
 - 2.3.2. Wahlsystem: Modelle und Elemente
 - 2.3.3. Parteiidentität oder politische Identität
 - 2.3.4. Auswirkungen der Parteiidentität: *Unbewegliches Objekt oder laufende Zählung*
 - 2.3.5. Der ambivalente (parteiische) Wähler
 - 2.3.6. Der überredbare oder einflussreiche Wähler
- 2.4. Politische Parteien, Parteienfamilien und soziale Spaltung
 - 2.4.1. Was ist eine politische Partei? Funktionen und Ursprünge
 - 2.4.2. Historische Entwicklung und Arten von politischen Parteien
 - 2.4.3. Familie der Parteien und ihre Klassifizierung
 - 2.4.4. Was ist mit sozialer Spaltung gemeint? Elemente und neue Abteilungen
- 2.5. Die interne Struktur und Organisation der politischen Parteien
 - 2.5.1. Das eiserne Gesetz der Oligarchie und das Gesetz der krummlinigen Ungleichheit. Der Prozess der Oligarchisierung
 - 2.5.2. Demokratie in politischen Parteien: Austritt, Stimme und Loyalität
 - 2.5.3. Die Typologie der politischen Parteien: ursprüngliches Modell und Institutionalierungsmodell
 - 2.5.4. Die Franchiseparteien
 - 2.5.5. Jenseits des Gesetzes der krummlinigen Disparität. Grundlegende Schritte und Ideologie innerhalb der Parteien: extremistische, zentristische und abweichende Führer und Aktivisten
- 2.6. Parteiidentifikation und Ideologien
 - 2.6.1. Wahlverhalten. Langfristige und kurzfristige Faktoren
 - 2.6.2. Identifikation der Partei. Schulen und Modelle
 - 2.6.3. Die Rolle der Ideologie in politischen Parteien
- 2.7. Kriterien für Parteiensysteme und die Krise der politischen Parteien
 - 2.7.1. Parteiensystem und Parteienzersplitterung
 - 2.7.2. Kriterium 1: die Anzahl der Parteien und die effektive Anzahl der Parteien
 - 2.7.3. Kriterium 2: Ideologische Polarisierung





- 2.7.4. Kriterium 3: der Grad der Institutionalisierung und seine Dimensionen: Volatilität der Wahlen, Grad der Durchdringung und Koalitionsmuster
- 2.7.5. Kriterium 4: die Verstaatlichung des Parteiensystems
- 2.7.6. Krise der politischen Parteien. Die Anti-Parteien-Stimmung und ihre drei Dimensionen
- 2.8. Die wichtigsten politischen Theorien und Ideologien
 - 2.8.1. Spektrum und ideologische Positionierung
 - 2.8.2. Liberalismus und Neoliberalismus
 - 2.8.3. Konservatismus (Utilitarismus) und Neokonservatismus
 - 2.8.4. Utopischer Sozialismus und wissenschaftlicher Sozialismus
 - 2.8.5. Totalitarismus

Modul 3. Parlamentarische Chronologie und politisches Umfeld

- 3.1. Parlamentarischer Chronismus: Geschichte und Entwicklung seit der Transition
 - 3.1.1. Die Chronik als notwendiges Genre
 - 3.1.2. Objektivität oder Ehrlichkeit
 - 3.1.3. Von der Diktatur zur Twitter-Chronik
- 3.2. Kommunikationsnetzwerke im Kongress
 - 3.2.1. Die Pressedienste des Parlaments
 - 3.2.2. Arbeitsmittel
 - 3.2.3. Einrichtungen und ihre Nutzung
- 3.3. Besondere Merkmale der parlamentarischen Tätigkeit
 - 3.3.1. Überwachung des Tagesgeschäfts: das Präsidium, das Sprecherkollegium und die Ausschüsse
 - 3.3.2. Plenarsitzungen
 - 3.3.3. Kontrollsitzung
 - 3.3.4. Pressekonferenzen
 - 3.3.5. Investituren
 - 3.3.6. Misstrauensantrag
 - 3.3.7. Besondere Ereignisse und Feierlichkeiten
- 3.4. Pressestrukturen im parlamentarischen Umfeld
 - 3.4.1. Parteiaktivitäten im Kongress
 - 3.4.2. Kontakt-Tools: Telegram, Whatsapp und Kommunikationsregister

- 3.5. Beziehungen zu Parteien und Beschaffung von Quellen und Informationen
 - 3.5.1. Umgang mit Pressediensten
 - 3.5.2. Direkte Quellen und ihre Verwaltung
 - 3.5.2.1. Pflege der Quellen
- 3.6. Das Format der Chroniken
 - 3.6.1. Die Chronik auf Papier
 - 3.6.2. Schreiben für digitale Zeitungen
 - 3.6.3. Radio- und Fernsehchronik
- 3.7. Parlamentarismus und Social Media Journalismus
 - 3.7.1. Soziale Medien und politische Parteien
 - 3.7.2. Schreiben für und über Twitter
 - 3.7.2.1. Briefe in Netzwerken: von der Chronik zur Kasernierung
- 3.8. Die parlamentarischen Extreme. Extrem rechts und extrem links
 - 3.8.1. Das Protokoll der Herrlichkeit und das Argument
 - 3.8.2. Statement Journalismus
 - 3.8.3. Fake News, Hoaxes und riskante Sprecher
- 3.9. Druck und Zensur
 - 3.9.1. Die Tentakel der Macht: Parteien (direkter und indirekter Druck) und Unternehmen
 - 3.9.2. Selbstzensur
 - 3.9.3. Respekt für den Beruf: *Off the Record* und Kameradschaft
- 3.10. Schreiben in anderen politischen Umgebungen
 - 3.10.1. Wahlkampf
 - 3.10.2. Wahlabend
 - 3.10.3. Überwachung der Regierung

Modul 4. Politische und institutionelle Kommunikation

- 4.1. Politische Kommunikation
 - 4.1.1. Es gibt keine Politik ohne Kommunikation
 - 4.1.2. Versuche, politische Kommunikation zu definieren
 - 4.1.3. Der Begriff der Botschaft: ein umfassendes Konzept der Akteure und Inhalte der Kommunikation
 - 4.1.4. Politische Kommunikation als Konfrontation von Botschaften

- 4.1.5. Die Studienbereiche der politischen Kommunikation
- 4.1.6. Modell für das Studium der politischen Kommunikation
 - 4.1.6.1. Dramaturgisches Handeln und kommunikatives Handeln
- 4.1.7. Kommunikation, Politik und öffentliche Meinung
 - 4.1.7.1. Die Rolle der Kommunikation bei demokratischen Wahlen: Was ist das und wofür wird es verwendet?
- 4.1.8. Politische Kommunikation und neue Medien
 - 4.1.8.1. Wie verändern die neuen Technologien/neuen Medien das Konzept der politischen Kommunikation?
- 4.1.9. Sozialer Wandel und technologischer Wandel
 - 4.1.9.1. Wie lässt sich der Einfluss der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien verstehen?
- 4.1.10. Mediatisierung und Personalisierung der politischen Kommunikation
- 4.2. Persuasive Kommunikation
 - 4.2.1. Überredung: Theoretische Perspektiven
 - 4.2.2. Die Quelle der Überzeugung: Glaubwürdigkeit, Attraktivität, Macht und andere
 - 4.2.3. Die persuasive Botschaft: Typen, Funktionen, formale Aspekte, rhetorische Fragen
 - 4.2.4. Der Empfänger: Überzeugungskraft, Verarbeitung der Botschaft, Vorhersage des Verhaltens?
 - 4.2.5. Der Kontext der Überzeugung: Kanal und Mittel der Kommunikation, die Person als Kontext, der Einfluss der anderen
 - 4.2.6. Selbstüberzeugung: kognitive Dissonanz, Selbstwahrnehmung, Engagement und Kohärenz
 - 4.2.7. Theoretische Modelle der Überzeugung
 - 4.2.7.1. Lernmodell
 - 4.2.7.2. Kognitives Reaktionsmodell
 - 4.2.8. Modelle mit mehreren Prozessen
 - 4.2.8.1. Das Elaborationswahrscheinlichkeitsmodell
 - 4.2.8.2. Meta-kognitives Modell
 - 4.2.9. Widerstand gegen Überredung: die Theorie der Impfung, Ablenkung und Prävention
 - 4.2.10. Persistenz persuasiver Wirkungen: das Abklingen persuasiver Wirkungen. Die betäubende Wirkung

- 4.3. Neue Akteure in der politischen Kommunikation
 - 4.3.1. Repräsentation und politische Beteiligung
 - 4.3.1.1. Relevante Konzepte: Warum beteiligen sich manche Bürger manchmal in Institutionen und manchmal auf der Straße oder in sozialen Netzwerken?
 - 4.3.2. Der Aufstieg der 'unkonventionellen' Partizipation und die Politik des Protests in den heutigen Gesellschaften
 - 4.3.3. Veränderungen in der politischen Kommunikation: Professionalisierung
 - 4.3.4. Veränderungen in der Gesellschaft (I)
 - 4.3.4.1. Fragmentierung des Publikums und Globalisierung
 - 4.3.5. Veränderungen in der Gesellschaft (II)
 - 4.3.5.1. Neue Prioritäten, Werte und *Issues*
 - 4.3.6. Veränderungen in den Medien: Veränderungen im *Gatekeeping*-Prozess
 - 4.3.7. Traditionelle Akteure (I)
 - 4.3.7.1. Politische Parteien (Organisation und Struktur)
 - 4.3.8. Traditionelle Akteure (II)
 - 4.3.9. Nicht-traditionelle Akteure (I)
 - 4.3.9.1. Soziale Bewegungen
 - 4.3.10. Nicht-traditionelle Akteure (II)
 - 4.3.10.1. Soziale Gruppen, deren Rechte verletzt werden: Frauen und Minderheiten
- 4.4. Techniken für effektive Kommunikation: Themen, Diskurs, *Storytelling* und Agenda
 - 4.4.1. Techniken, um die Kommunikation effektiver zu gestalten
 - 4.4.2. Die Bedeutung von Werten, Rahmen und Emotionen
 - 4.4.3. Die Rede
 - 4.4.3.1. Notwendige Elemente zum Schreiben einer Rede
 - 4.4.3.2. Struktur und Bestandteile (Anfang, Entwicklung, Schluss)
 - 4.4.4. Stil und Arten von Reden
 - 4.4.5. Rhetorische Techniken der Wiederholung; poetische Beredsamkeit; Rhetorik; Verwendung von Zitaten
 - 4.4.6. *Storytelling* (oder wie man Geschichten erzählt, die überzeugen)
 - 4.4.7. Nonverbale Sprache
 - 4.4.8. Das Netz der Themen und die Botschaft: die politische Agenda
 - 4.4.9. Argumente und Slogans. Kampagnen-Rhetorik
 - 4.4.10. Mythen und emotionale Appelle
- 4.5. Die politische Kommunikation der Institutionen
 - 4.5.1. Institutionelle Kommunikation. Immaterielle Güter. Berühmtheit und Ansehen. Was wird kommuniziert?
 - 4.5.2. Kommunikationsmanagement. Die Beziehung zu den Zuschauern
 - 4.5.3. Der Direktor für Kommunikation (Dircom) und die Kommunikationskabinette
 - 4.5.3.1. Rollen und Verantwortlichkeiten
 - 4.5.4. Kommunikationsagenturen:
 - 4.5.4.1. Organigramm, Funktionen, wichtigste Kommunikationsagenturen
 - 4.5.5. Kommunikationsplan (I)
 - 4.5.5.1. Briefing und Recherche
 - 4.5.5.2. Audit und *Stakeholders*
 - 4.5.6. Kommunikationsplan (II)
 - 4.5.6.1. Ziele, Mission, Vision, Strategien und Taktiken
 - 4.5.7. Zeitplan und Budget
 - 4.5.7.1. Bewertung und Messung der Ergebnisse
 - 4.5.7.2. *Clipping* und ROI
 - 4.5.8. Ausbildung zum Pressesprecher
 - 4.5.8.1. Dem Interview entgegensehen
 - 4.5.9. Presseraum
 - 4.5.9.1. Verwaltung sozialer Medien aus institutioneller Sicht
 - 4.5.10. Arten von institutionellen Veranstaltungen
 - 4.5.10.1. Organisation und Verbreitung
- 4.6. Wahlkampf, Medien und Wahlentscheidungen
 - 4.6.1. Keine Wahlen, keine Demokratie!
 - 4.6.1.1. Politische Kommunikation als Botschaftskonflikt
 - 4.6.2. Was macht man im Wahlkampf?
 - 4.6.2.1. Auswirkungen von Wahlkampagnen auf Wahlentscheidungen, politische Beteiligung und Demobilisierung
 - 4.6.3. Forschung über Medieneffekte und Wahlkampagnen in vergleichender Perspektive
 - 4.6.3.1. Die wichtigsten Forschungsfragen, Ziele, Theorien und Ergebnisse (*Agenda setting, framing, priming*)
 - 4.6.4. Kandidatenprofil: gewünscht vs. tatsächlich

- 4.6.5. Ausarbeitung der Wahlbotschaft: die parteipolitische Komponente, die programmatische Komponente, die persönliche Komponente und die fein abgestimmte Balance der Wahlbotschaft
- 4.6.6. Kommunikation der Wahlbotschaft (I): Logo, Slogan und Veranstaltungsorganisation
- 4.6.7. Kommunikation der Wahlbotschaft (II): Wahlwerbung, das Verhältnis zwischen Parteien und Medien und Direktmarketing
- 4.6.8. Die neue Kommunikation von politischen Akteuren und den Medien
- 4.6.9. Der Angriff im Wahlkampf
- 4.7. Kandidaten, Strategien und Organisation von Wahlkämpfen
 - 4.7.1. Führungsrolle
 - 4.7.1.1. Fähigkeiten, die ein Kandidat mitbringen muss, um erfolgreich zu sein
 - 4.7.2. Entwurf und Planung von Kampagnen
 - 4.7.2.1. Wie führen Sie einen Wahlkampf?
 - 4.7.2.2. Etappen. Entwurf, Planung und Durchführung von Kampagnen
 - 4.7.3. Organisatorische Struktur der Kampagne
 - 4.7.4. Ressourcen für die Mobilisierung
 - 4.7.4.1. Zentralisierung vs. Dezentralisierung
 - 4.7.4.2. Professionalisierung vs. Amateurhaftigkeit
 - 4.7.5. Strategien
 - 4.7.5.1. Strategien für Medien, Programmierung und Kunden
 - 4.7.6. Durchführung der Kampagne
 - 4.7.6.1. Physische Mobilisierungsinstrumente: persönlicher Kontakt mit dem Wähler vs. medienzentriert
 - 4.7.7. Organisatorische Strategien I
 - 4.7.7.1. Kandidatenzentrierte Kampagnen vs. Parteizentrierte Kampagnen
 - 4.7.8. Organisatorische Strategien II
 - 4.7.8.1. Kapitalzentrierte Kampagnen vs. Arbeitsintensive Kampagnen
 - 4.7.9. Die territoriale Dimension von Wahlkämpfen
 - 4.7.10. Die digitale Dimension des Wahlkampfes
- 4.8. Spots, Debatten und negative Kampagnen
 - 4.8.1. Analyse von Werbespots, um Strategien zu erkennen und zu verstehen, wie Wahlkampf betrieben wird
 - 4.8.2. Der *Frame* (Rahmenanalyse) in der Studie der *Spots*
 - 4.8.3. Typen: *Framing* verbal, visuell und akustisch





- 4.8.4. Wozu dienen die Debatten?
- 4.8.5. Formate für Debatten
- 4.8.6. Angriffs- und Verteidigungsstrategien
- 4.8.7. Diskursive Stile
- 4.8.8. Schlagworte
- 4.8.9. Erwiderungen
- 4.8.10. Negative Kampagne: Angriffs- und Gegenangriffstaktiken
- 4.9. Regierung und Krisenkommunikation
 - 4.9.1. "Ich regiere gut, aber kommuniziere schlecht". Definition von Regierungskommunikation
 - 4.9.2. Das Ziel der Kommunikation von Regierung und öffentlicher Politik: Legitimation statt Öffentlichkeitsarbeit
 - 4.9.3. Der "Mythos der Regierung"
 - 4.9.4. Der Paradigmenwechsel im Management und konvergente Prozesse
 - 4.9.5. Tägliches Management versus mittelfristige Strategie
 - 4.9.6. Governance und die Beziehung zwischen Regierung und Bürgern
 - 4.9.7. Definition von Krisen, Konflikten und Kontroversen
 - 4.9.8. Öffentliche Skandale
 - 4.9.9. Der Prozess des persönlichen und institutionellen Reputationsmanagements und seine Beziehung zur Regierungskommunikation. Subjektivität
 - 4.9.10. Krisenmanagement-Teams. Der Überraschungsfaktor
- 4.10. Politik im 21. Jahrhundert
 - 4.10.1. Soziale Netzwerke
 - 4.10.1.1. Was sind sie, wozu sind sie da, die Statistiken und Daten?
 - 4.10.2. Analyse sozialer Netzwerke (SNA)
 - 4.10.2.1. Diagramme, Einfluss, Metriken
 - 4.10.3. Tools zur Messung und Überwachung
 - 4.10.4. Positionierungs- und Optimierungstechniken: SEO
 - 4.10.5. Online-Werbung (AdWords und neue Plattformen)
 - 4.10.6. Strategien zur Gewinnung von Anhängern
 - 4.10.7. Entwicklung und Durchführung von 2.0-Kampagnen
 - 4.10.8. Cyberpolitik und ihre Auswirkungen auf die Beteiligung und Mobilisierung junger Menschen und die Bürgerschaft
 - 4.10.9. Herausforderungen und Dilemmas: Desinformation und Infotainment

Modul 5. Analyse des politischen Diskurses

- 5.1. Öffentliche Meinung und Demokratie
 - 5.1.1. Von der athenischen Demokratie zur repräsentativen Demokratie
 - 5.1.2. Die Organisation eines demokratischen Staates
 - 5.1.2.1. Gewaltenteilung und Pressefreiheit
 - 5.1.2.2. Regime der öffentlichen Meinung
 - 5.1.2.3. Menschenrechte und Gleichberechtigung
 - 5.1.3. Die Rolle der öffentlichen Meinung in einem demokratischen System
 - 5.1.3.1. Die Bildung der öffentlichen Meinung
 - 5.1.3.2. Soneocracy
 - 5.2. Politik im Diskurs
 - 5.2.1. Qualitäten eines Diskurses
 - 5.2.1.1. Diskursklassen und Genres
 - 5.2.2. Was ist ein politischer Diskurs?
 - 5.2.2.1. Ziel des politischen Diskurses
 - 5.2.2.2. Allgemeine Merkmale des politischen Diskurses
 - 5.2.3. Gesellschaftlicher Diskurs
 - 5.2.3.1. Die Konzepte des Interdiskurses und des situativ und kulturell vorstrukturierten Diskurses
 - 5.2.3.2. Diskursive Erinnerungen. Hegemonie in der Diskurstheorie
 - 5.2.4. Funktion und Dimension des politischen Diskurses
 - 5.2.4.1. Klassifizierung von politischen Diskursen
 - 5.2.4.2. Die ideologische und machtpolitische Dimension
 - 5.2.5. Radio, Fernsehen und soziale Netzwerke. Die Entwicklung des politischen Diskurses im Laufe der Zeit
 - 5.2.6. Psychologische Theorien der Sprache
 - 5.2.6.1. Kognitive Reaktionstheorie
 - 5.2.6.2. Relationale Rahmentheorie
 - 5.2.6.3. Theorie der kognitiven Dissonanz
 - 5.3. Rhetorik
 - 5.3.1. Definition und Ursprung der Rhetorik
 - 5.3.1.1. Griechenland
 - 5.3.1.1.1. Klassische Rhetorik des Aristoteles
 - 5.3.1.2. Ethos, Pathos und Logos
 - 5.3.1.2.1. Rhetorik nach Cicero
 - 5.3.1.2.2. *Inventio, dispositio, elocutio, memoria und actio*
 - 5.3.1.3. Mittelalter
 - 5.3.1.4. Zeitgenössische Periode
 - 5.3.2. Narrativität oder *Storytelling*: die Macht der Metapher
 - 5.3.3. Überredung und Manipulation
- 5.4. Öffentliches Reden
 - 5.4.1. Einführung in das öffentliche Reden
 - 5.4.2. Sprechen
 - 5.4.2.1. Initiale Tasten
 - 5.4.2.2. Sprache: Wörter, Phrasen und Fachausdrücke
 - 5.4.3. Nonverbale Kommunikation
 - 5.4.3.1. Gesten (Arme und Hände)
 - 5.4.3.2. Das Gesicht (Lächeln und Blick)
 - 5.4.3.3. Körperbewegung
 - 5.4.3.3.1. Bereiche der nonverbalen Kommunikation: Proxemik, Kinästhetik und Parasprache
 - 5.4.4. Paraverbale Kommunikation
 - 5.4.4.1. Klang, Modulation und Lautstärke
 - 5.4.4.2. Tempo, Pausen und Krücken
 - 5.4.5. Kontextuelle Aspekte des öffentlichen Redens
- 5.5. Das Image eines Politikers formen und definieren
 - 5.5.1. Die Rede ist wichtig, das Bild wird aufgezwungen
 - 5.5.1.1. Persönlicher Kontext und Hintergrund
 - 5.5.1.2. Glaubwürdigkeit, Charisma und Erzählung
 - 5.5.1.3. Ausstattung
 - 5.5.1.4. Einstellungen und Verhalten
 - 5.5.2. Integration der rationalen und emotionalen Komponente in politischen Meinungen
 - 5.5.2.1. Botschaft und emotionale Kommunikation
 - 5.5.3. Die Bedeutung der Rahmung
 - 5.5.4. Politische Personalisierung: Das Bild des Politikers als Wahlkampfstrategie

- 5.5.4.1. Das Fernsehen als Mittel der Massenkommunikation
- 5.5.4.2. Erosion der sozialen und parteipolitischen Identitäten
- 5.5.4.3. Schwächung der Spaltstruktur
- 5.5.5. Der Wahleinfluss von Führungspersonlichkeiten in parlamentarischen und präsidentialen Demokratien
- 5.5.6. Neue Führungspersonlichkeiten
 - 5.5.6.1. Weibliche Führungskräfte
- 5.6. Die Rolle der Medien im Wahlprozess
 - 5.6.1. Medien und Politik
 - 5.6.2. Die Rolle der Medien im Wahlprozess
 - 5.6.2.1. Verbreitung von Informationen auf faire und gerechte Weise
 - 5.6.3. Beziehungen zu politischen Parteien und Berichterstattung über Veranstaltungen
 - 5.6.3.1. Räume und Zeiten
 - 5.6.3.2. Karawane von Parteijournalisten
 - 5.6.3.3. Organisation und Berichterstattung über Wahldebatten
 - 5.6.4. Theorien über die Auswirkungen von Medien und sozialen Netzwerken
 - 5.6.4.1. Der Einfluss der Medien auf Wahlprozesse
 - 5.6.5. Öffentliche Meinungsumfragen und Erhebungen
- 5.7. Politische und elektorale Propaganda
 - 5.7.1. Von Pompeji bis heute: ein historischer Überblick über die politische Propaganda
 - 5.7.2. Kommunikationsstrategien in der politischen Propaganda
 - 5.7.2.1. Negative Kampagnenführung
 - 5.7.2.2. Die Positiv-Positiv-Kampagne
 - 5.7.2.3. Emotionale Kampagne
 - 5.7.3. Poster Diskursanalyse
 - 5.7.3.1. Fälle aus Europa
 - 5.7.3.2. Fälle aus Amerika
 - 5.7.4. Diskursanalyse in Wahlwerbespots
 - 5.7.5. Diskursanalyse in sozialen Netzwerken
 - 5.7.6. Institutionelle Propaganda
- 5.8. Politischer Diskurs. Werkzeuge für das Studium
 - 5.8.1. Kommunikation der Regierung versus Kommunikation der Wähler
 - 5.8.2. Interner politischer Diskurs und externer politischer Diskurs
 - 5.8.2.1. Parlamentarische Intervention
 - 5.8.2.2. Mündliche Erklärungen
 - 5.8.2.3. Interview
 - 5.8.2.4. Meeting
 - 5.8.2.5. Debatte
 - 5.8.3. Besondere Merkmale des politischen Diskurses
 - 5.8.3.1. Diskurs-Marker
 - 5.8.3.2. Euphemismen und Dysphemismen
 - 5.8.3.3. Formelle und informelle Irrtümer im Diskurs
 - 5.8.3.4. Häufige rhetorische Mittel: politische Metapher
 - 5.8.4. Verwendung und Interpretation anderer pragmatischer Mittel
 - 5.8.4.1. Sarkasmus, Humor und Ironie
- 5.9. Spracherzeugung
 - 5.9.1. Die Logographen des antiken Griechenlands
 - 5.9.1.1. Die Figur des *Speechwriter*
 - 5.9.2. Die dreidimensionale Natur der Nachricht
 - 5.9.2.1. Die Bedeutung der *Issues* oder Themen
 - 5.9.3. Spezifische Strategien zum Schreiben von Reden
 - 5.9.4. Die Struktur einer Rede
 - 5.9.4.1. Einführung
 - 5.9.4.2. Entwicklung
 - 5.9.4.3. Abschluss
 - 5.9.4.4. Fragen
 - 5.9.5. Häufige Fehler
 - 5.9.5.1. Mündlichkeit und Improvisation
 - 5.9.5.2. Neologismen, Fremdwörter und Fachausdrücke
 - 5.9.6. Große Reden und Redner der Geschichte
- 5.10. Inklusive und nicht-sexistische Sprache
 - 5.10.1. Die Bedeutung der Sprache
 - 5.10.2. Inklusive und nicht-sexistische Sprache: Konzeptualisierung und Grenzen

- 5.10.3. Sexistischer Sprachgebrauch
 - 5.10.3.1. Allgemeine Falschdarstellungen
 - 5.10.3.2. Asymmetrien
 - 5.10.3.3. Maskuline Anteposition
- 5.10.4. Techniken für integrativen Sprachgebrauch
 - 5.10.4.1. Diskussion über die Aufteilung von Wörtern und die Verwendung anderer Elemente wie Schrägstriche, Ats und Vokal "e"
- 5.10.5. Inklusive Sprache als politische und soziale Forderung
 - 5.10.5.1. Engagement für die Gleichstellung der Geschlechter und die Frauenbewegung
- 5.10.6. Inklusive Sprache in der öffentlichen Verwaltung

Modul 6. Internationaler politischer Journalismus und globale Strukturen

- 6.1. Internationale Politik
 - 6.1.1. Lateinamerika
 - 6.1.2. USA
 - 6.1.3. China
 - 6.1.4. Russland
 - 6.1.5. Naher Osten und Maghreb
 - 6.1.6. Europa
 - 6.1.7. Afrika südlich der Sahara
- 6.2. Globalisierung
 - 6.2.1. Konzepte der Globalisierung/Globalismus/Globalität
 - 6.2.2. Wellen der Globalisierung
 - 6.2.3. Internationale Kommunikation
 - 6.2.3.1. Die Rolle der Kommunikation in der Globalisierung
 - 6.2.4. Kulturen in der Globalisierung und supranationale Identitäten
- 6.3. Wichtige internationale und supranationale Organisationen
 - 6.3.1. EU
 - 6.3.2. UNO
- 6.4. Andere internationale Organisationen
 - 6.4.1. NATO
 - 6.4.2. OSZE
 - 6.4.3. OECD
 - 6.4.4. ASEAN
 - 6.4.5. Afrikanische Union





- 6.5. Offene oder aktuelle internationale Konflikte und internationaler Terrorismus
 - 6.5.1. Naher Osten (Irak, Afghanistan, Syrien, Jemen)
 - 6.5.2. Arabisch-Israelischer Konflikt
 - 6.5.3. Balkankrieg
 - 6.5.4. Hongkong und Taiwan
 - 6.5.5. Guerillas in Kolumbien
 - 6.5.6. Al Qaida und Isis
- 6.6. Regimetypen auf der ganzen Welt
 - 6.6.1. Aktuelle Regime-Typen
 - 6.6.2. Messung von Regimen
 - 6.6.3. Länderbericht und Risikobewertung
- 6.7. Menschenrechte, internationale Hilfe und Entwicklungszusammenarbeit
 - 6.7.1. Allgemeine Erklärung der Menschenrechte
 - 6.7.2. Menschenrechte auf europäischer Ebene
 - 6.7.2.1. Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten (EMRK)
 - 6.7.3. Internationale Hilfe und Entwicklungszusammenarbeit
- 6.8. Soziale Bewegungen von den 1960er Jahren bis heute und Veränderungen in der Medienberichterstattung
 - 6.8.1. Mai '68
 - 6.8.2. Hippie-Bewegung
 - 6.8.3. Bürgerliche Freiheiten
 - 6.8.4. Der Fall der Berliner Mauer
 - 6.8.5. 8M
 - 6.8.6. *Fridays for Future*
 - 6.8.7. *Black Lives Matter*
- 6.9. Medienberichterstattung über neue Politik und neue Populisten
 - 6.9.1. Donald Trump
 - 6.9.2. Bolsonaro
 - 6.9.3. Brexit
- 6.10. Internationales Umweltregime
 - 6.10.1. Globale Umweltprobleme
 - 6.10.2. Beteiligte internationale Akteure
 - 6.10.3. Nachhaltige Entwicklung (von der Stockholmer Konferenz bis zur 2030-Agenda)
 - 6.10.4. UNFCCC

Modul 7. Kommunikation über Vielfalt und Geschlecht

- 7.1. Kommunikation und Vielfalt. Ein konzeptioneller Ansatz
 - 7.1.1. Gibt es Diskriminierung in den Medien?
 - 7.1.2. Unsichtbarmachung ist auch Diskriminierung
- 7.2. Inklusiv Kommunikation
 - 7.2.1. Integration und Inklusion
 - 7.2.2. Warum ist das wichtig?
- 7.3. Entwicklung der Sprache in den Medien
 - 7.3.1. Änderungen in der Kommunikation
 - 7.3.2. Von Homogenität zu Heterogenität
- 7.4. Regulierung der Diversität in der politischen Kommunikation
 - 7.4.1. Die Grenzen des Rechts auf freie Meinungsäußerung
 - 7.4.2. Arten der Regulierung
- 7.5. Politikerinnen in den Medien
 - 7.5.1. Die gläserne Decke in der Kommunikation
- 7.6. Umgang der Medien mit sexueller und geschlechtlicher Vielfalt
 - 7.6.1. Jenseits von Stereotypen
- 7.7. Rassismus und kulturelle Vielfalt
 - 7.7.1. Von der Unterlassung zur Disqualifikation
 - 7.7.2. Wann gehört man dazu?
- 7.8. Sichtbarkeit der sozialen Bewegungen
 - 7.8.1. Der Wert der Sichtbarkeit
 - 7.8.2. Koexistenz im öffentlichen Raum
- 7.9. Die Übernahme von Medienräumen
 - 7.9.1. Die Überlassung von Räumen an gefährdete Gruppen
 - 7.9.2. Wie wichtig es ist, sich Raum zu nehmen
- 7.10. Leitfaden für bewährte Praktiken
 - 7.10.1. Soziale Verantwortung der Medien
 - 7.10.2. Bewährte Praktiken für Fachleute

Modul 8. Analyse und Verwaltung von sozialen Netzwerken zur Beeinflussung und Kommunikation

- 8.1. Willkommen in der Matrix. Geschichte der Netzwerke
 - 8.1.1. Eine sehr junge Geschichte: Woher kommen die Sozialen Netzwerke?
 - 8.1.2. Wie wurden sie in der politischen Geschichte eingesetzt?
- 8.2. Was ist ein soziales Netzwerk?
 - 8.2.1. Erweiterte Konzepte von sozialen Netzwerken
 - 8.2.2. Was müssen Sie über die Algorithmen der sozialen Netzwerke wissen?
 - 8.2.3. Ein Algorithmus für jedes soziale Netzwerk. Wie sie funktionieren
 - 8.2.4. Theorie der Sozialen Netzwerke
- 8.3. Welche sozialen Netzwerke sind politisch?
 - 8.3.1. Wichtigste soziale Netzwerke für die politische Kommunikation
 - 8.3.2. Messaging: WhatsApp, Telegram, Signal und andere
 - 8.3.3. Massennetzwerke: Facebook, Twitter, Instagram
 - 8.3.4. Was kommt als Nächstes? Tik Tok
 - 8.3.5. Ideologische Netzwerke: GAB
- 8.4. Wurden die sozialen Netzwerke gut genutzt?
 - 8.4.1. Handbuch zur Nutzung der verschiedenen sozialen Netzwerke
 - 8.4.2. Häufige Fehler in sozialen Netzwerken
 - 8.4.3. Beispiele für eine gute kommunikative Nutzung von sozialen Netzwerken
- 8.5. Soziale Medien erforschen und verwalten
 - 8.5.1. Was ist der Zweck der Erkundung und Verwaltung sozialer Medien?
 - 8.5.2. Wie macht man das?
 - 8.5.3. Praktische Tools
- 8.6. *T Influencers*. Überprüfen der Netzwerke
 - 8.6.1. Wie hat sich die Verbreitung der Politik durch die sozialen Medien verändert?
 - 8.6.2. Alles ist wahr, bis Sie es beweisen können
 - 8.6.3. Wie kann man *Fake News* in Netzwerken verifizieren und bekämpfen?
 - 8.6.4. Tools für die Überprüfung

- 8.6.5. Wie gehen die einzelnen sozialen Netzwerke mit Politik um?
- 8.7. Messung und Berichterstattung über soziale Netzwerke
 - 8.7.1. Warum in sozialen Medien messen?
 - 8.7.2. Wie kann man den Einfluss messen, den wir in den sozialen Medien haben?
 - 8.7.3. Tools zur Messung und Überwachung
 - 8.7.4. Erklären, was wir gemessen haben, für Experten und Nicht-Experten
- 8.8. Werbung in sozialen Medien
 - 8.8.1. Ist Werbung in sozialen Medien sinnvoll?
 - 8.8.2. Politische Werbung in sozialen Netzwerken
- 8.9. Der *Hashtag*. Innovation in den sozialen Medien
 - 8.9.1. Innovation in der politischen Kommunikation in den Netzwerken
 - 8.9.2. Eine Annäherung an die Politik in Tik Tok und anderen Apps, die bereits eine kommunikative Gegenwart der Politik sind
- 8.10. Die Zukunft des Social Networking
 - 8.10.1. Technologie der Zukunft, Netzwerke und Innovation in der Kommunikation
 - 8.10.2. Prospektive politische Kommunikation in sozialen Medien

Modul 9. Politische Datenanalyse und Demoskopie

- 9.1. Daten und Politik
 - 9.1.1. Die Einführung von Daten in der Politik
 - 9.1.2. Vorgezogene Umfragen und Wahlumfragen
 - 9.1.3. Das 20. Jahrhundert und die Ausweitung der Daten
 - 9.1.4. Datentypen: strukturiert und unstrukturiert
 - 9.1.5. Demoskopie und öffentliche Meinung
 - 9.1.6. Datenquellen: von der Regierung bis zu Netzwerken
- 9.2. Die Ausarbeitung von Umfragen
 - 9.2.1. Datenextraktion: die Umfrage und die Befragung
 - 9.2.2. Methoden und Tools
 - 9.2.3. Die Probe
 - 9.2.4. Repräsentation und Randomisierung der Stichprobe

- 9.3. Vorhersagekraft von Umfragen
 - 9.3.1. Was sagt uns eine Umfrage?
 - 9.3.2. Konfidenzintervalle und Fehlermargen
 - 9.3.3. Trends und Meinungsklima
 - 9.3.4. Aktuelle Beispiele
 - 9.3.4.1. Brexit
 - 9.3.4.2. Trump
 - 9.3.4.3. Kolumbien
- 9.4. Die Wahlküche
 - 9.4.1. Elemente für die Wahlküche
 - 9.4.1.1. Abstimmungsabsicht
 - 9.4.1.2. Sympathie
 - 9.4.1.3. Abberufung wählen
 - 9.4.2. Der treue Wähler
 - 9.4.3. Unentschiedene Stimme
 - 9.4.4. Andere nützliche Wahlindikatoren
 - 9.4.5. Ist es ein Fehler, die Daten zu "frisieren"?
- 9.5. *Big Data*
 - 9.5.1. Was ist Big Data?
 - 9.5.2. Daten in sozialen Netzwerken
 - 9.5.3. *Bridging y bonding social capital*
 - 9.5.4. Dis-Information
 - 9.5.4.1. Bots
 - 9.5.4.2. Echokammer
 - 9.5.4.3. Scherzartikel
 - 9.5.4.4. NLP. Und darüber hinaus?
- 9.6. Wahldaten
 - 9.6.1. Daten als politisches Instrument
 - 9.6.1.1. Segmentierung
 - 9.6.2. Wahlkampf in der Datenwelt
 - 9.6.3. Hyper-Informationen: Problem oder Vorteil?
 - 9.6.4. Auf dem Weg zu einer Ethik der Datennutzung

- 9.7. Daten und öffentliche Meinung
 - 9.7.1. Öffentliche Debatte als Armaturenbrett
 - 9.7.2. Ziel: die Tagesordnung zu konditionieren
 - 9.7.3. Daten und Medien
 - 9.7.4. Wähler
 - 9.7.5. Verlust von Vertrauen
 - 9.7.6. Andere Methoden zur Analyse der öffentlichen Meinung: qualitative Umfragen
- 9.8. Visualisierung der Daten
 - 9.8.1. Effektive Kommunikation von Daten
 - 9.8.2. Ästhetische Empfehlungen für Grafiken und Illustrationen
 - 9.8.3. Karten und geografische Visualisierungen
 - 9.8.4. Schlechte Praktiken bei der Datenvisualisierung
- 9.9. Die Welt im Zeitalter der Daten
 - 9.9.1. *Fake News*
 - 9.9.2. Mehr Informationen und mehr Polarisierung
 - 9.9.2.1. Neue Formen des Protests
 - 9.9.2.2. Globalisierung: der Elefant im Raum
 - 9.9.3. Zwei Krisen, die uns bestimmen: Wirtschaft und Kultur

Modul 10. Quellenjournalismus, Berufsethik und *Fake News*

- 10.1. Informationsquellen im politischen Journalismus
 - 10.1.1. Die Legitimität der Medien
 - 10.1.2. Die Beziehung des Journalisten zu den politischen Parteien
 - 10.1.2.1. Beziehung zur Partei
 - 10.1.2.2. Beziehung zum Politiker
 - 10.1.3. Beziehung des Journalisten zu den Institutionen
 - 10.1.3.1. Beziehung zu den Kommunikationsabteilungen
 - 10.1.4. Probleme mit Quellen
- 10.2. Reale und rechtliche Grenzen des politischen Journalismus
 - 10.2.1. Die angewandten Grundlagen des Informationsrechts
 - 10.2.2. Politische Appelle an Journalisten
 - 10.2.3. Die Konfrontation der politischen Macht mit der Macht der Medien
- 10.3. Berufsethik
 - 10.3.1. Gewissen
 - 10.3.1.1. Ethisches Dilemma und moralisches Gewissen
 - 10.3.1.2. Probleme des Gewissens
 - 10.3.2. Gerechtigkeit für Fachleute der politischen Kommunikation
 - 10.3.3. Allgemeine Ethik angewandt auf Berufsethik
 - 10.3.4. Beruf und professionelles Verhalten
 - 10.3.5. Verantwortung für die Folgen von Informationen
 - 10.3.6. Selbstregulierung und Selbstzensur
 - 10.3.7. Ethik-Kodizes
 - 10.3.7.1. Internationale Grundsätze der Berufsethik im Journalismus
 - 10.3.7.2. Erklärung der Grundsätze zum Verhalten von Journalisten
 - 10.3.7.3. Resolution 1003 des Europarates zur Ethik im Journalismus
- 10.4. Journalistische Ethik in der Praxis des politischen Journalisten
 - 10.4.1. Aktueller Kontext. Fehlende Ethik?
 - 10.4.1.1. Leistung der Medien
 - 10.4.1.2. Leistung der Parteien
 - 10.4.1.3. Maßnahmen der Politiker
 - 10.4.2. Ethische Probleme in der aktuellen politischen Berichterstattung
 - 10.4.3. Der politische Journalist im Zeichen der Selbstzensur
 - 10.4.3.1. Beispiele
 - 10.4.4. Ideologische Differenzen mit der eigenen Veröffentlichung
- 10.5. Die Ära der *Fake News*
 - 10.5.1. Der Aufstieg des Schwindels mit dem Aufstieg des Journalismus
 - 10.5.1.1. Der Boulevardjournalismus und seine Entwicklung
 - 10.5.2. Historische politische Ausnutzung von Desinformation
 - 10.5.3. Warum *Fake News* in den letzten Jahrzehnten zugenommen haben
 - 10.5.3.1. In den USA
 - 10.5.3.2. In Europa
 - 10.5.4. Vorsätzliche Fehlinformationen von Quellen

- 10.6. Betrügerische Informationen und Falschmeldungen im politischen Journalismus
 - 10.6.1. Politik und Desinformation. Ein Problem für Journalisten
 - 10.6.1.1. Die USA und die Ablehnung der Medien
 - 10.6.2. Desinformationsmedien
 - 10.6.3. Folgen und Nutznießer der Desinformation
- 10.7. Gegenüberstellung von Informationen und Überprüfung
 - 10.7.1. *Fact Checking* Unternehmen und Verifizierer
 - 10.7.1.1. International
 - 10.7.2. Institutionelle Überprüfung
 - 10.7.3. Arbeit zur Überprüfung der Medien
 - 10.7.3.1. Der Editor-Prüfer
 - 10.7.3.2. Die Umsetzung der Überprüfung in den traditionellen Medien
 - 10.7.4. Beabsichtigte Überprüfung durch die Parteien
- 10.8. Gesetzgebung gegen Desinformation: Zensur oder Profit
 - 10.8.1. Gesetzgebungsinitiativen zur Desinformation
 - 10.8.1.1. USA
 - 10.8.1.2. Europa
 - 10.8.2. Die Möglichkeiten der institutionellen Überprüfung als Waffe gegen Hoaxes
 - 10.8.2.1. Parteien
 - 10.8.2.2. Institutionen
 - 10.8.3. Öffentliche Meinung zur offiziellen Überprüfung
 - 10.8.4. Zukünftige legislative Optionen gegen Desinformation
 - 10.8.4.1. International
 - 10.8.5. Die Gefahr der Zensur
- 10.9. Die Zukunft der Desinformation
 - 10.9.1. Informationsprozesse der Zukunft
 - 10.9.1.1. In den Medien
 - 10.9.1.2. In den Quellen
 - 10.9.1.3. Am Empfänger
 - 10.9.2. Journalistische Ideen zur Ausrottung von *Fake News*
 - 10.9.3. Der Einfluss von Social Networking Sites auf die Verbreitung oder das Schneiden von Hoaxes
 - 10.9.4. Gesellschaft gegen Desinformation
 - 10.9.4.1. Professionelle Optionen
 - 10.9.4.2. Soziale Optionen
- 10.10. Der faktenprüfende Journalist gegen den Falschschreiber
 - 10.10.1. Die intellektuelle Sichtweise von Desinformationsprozessen
 - 10.10.2. Professionelle Manipulation vs. böswillige Manipulation
 - 10.10.3. Das Rennen um den Schwindel gewinnen
 - 10.10.3.1. Verteidigung des ethischen und verifizierten Journalismus
 - 10.10.3.2. Professionelle Ablehnung der Medien, die *Fake News* verbreiten
 - 10.10.4. Die Zukunft des politischen Journalismus



Eine Gelegenheit, die für Fachleute geschaffen wurde, die einen intensiven und effektiven Programm suchen, um in ihrem Beruf einen bedeutenden Schritt nach vorne zu machen“

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.

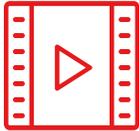
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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

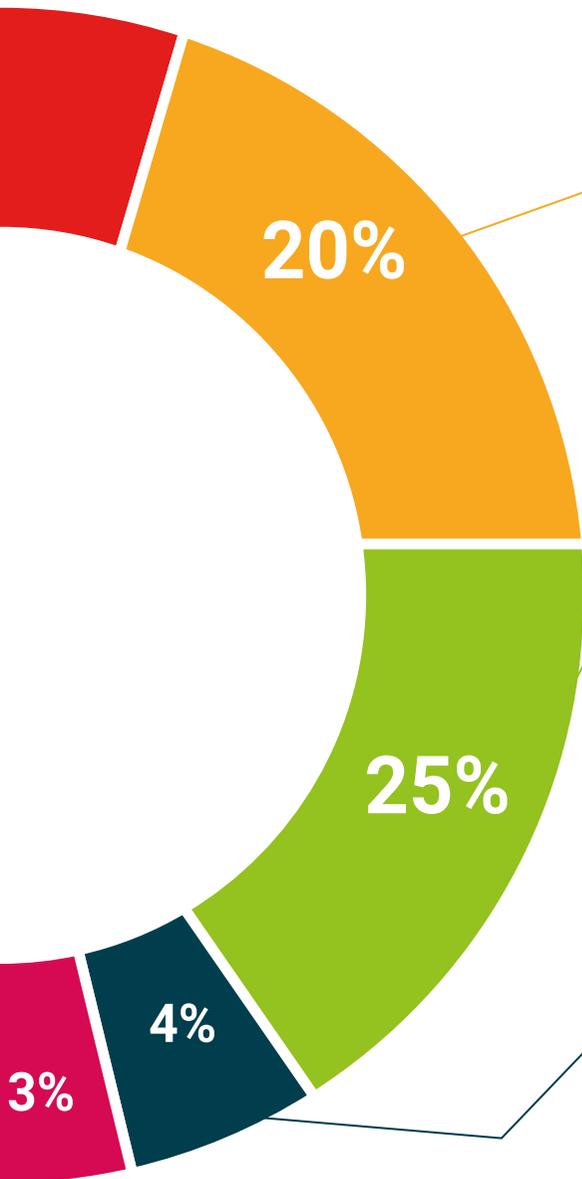
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Politischer Journalismus 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”*

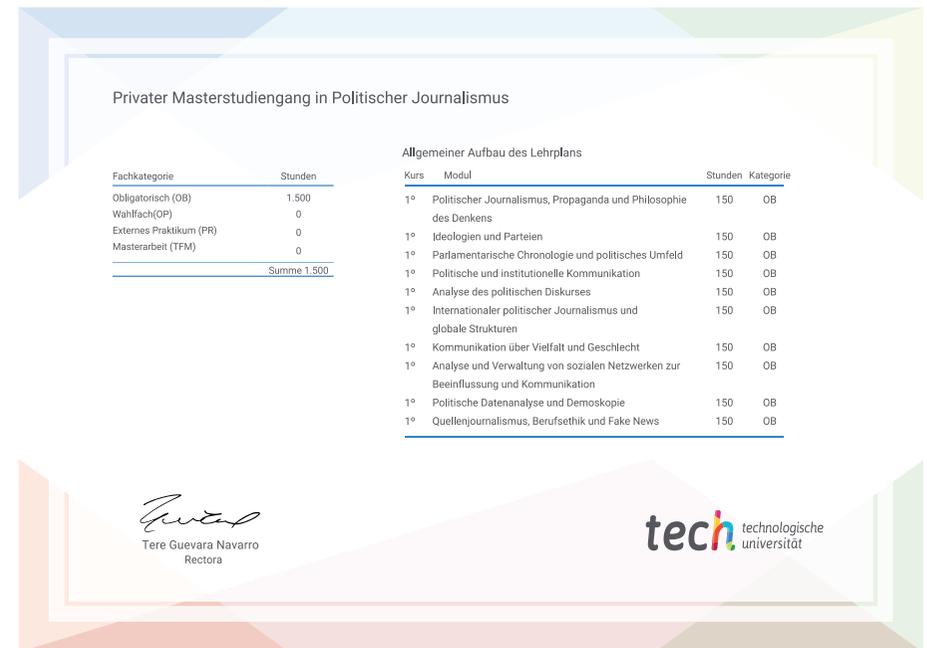
Dieser **Privater Masterstudiengang in Politischer Journalismus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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 Politischer Journalismus**

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 innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang Politischer Journalismus

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

Privater Masterstudiengang Politischer Journalismus

