

Universitätsexperte

Medien und Management
von Informationsprodukten



Universitätsexperte Medien und Management von Informationsprodukten

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-medien-management-informationsprodukten

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Medienunternehmen suchen heute gut qualifizierte Fachkräfte mit Kenntnissen im Produkt- und Medienmanagement. In diesem Zusammenhang ist es für Journalisten wichtig, sowohl betriebswirtschaftliche Kenntnisse als auch Kenntnisse über die Funktionen innerhalb eines Medienunternehmens zu haben. Daher ist dieses Programm eine Gelegenheit für Berufstätige, die sich mit dieser neuen Kombination von Management und Medien auseinandersetzen möchten. Es ist eine einzigartige Gelegenheit für Studenten in einem Sektor, in dem die Nachfrage und die Karrieremöglichkeiten sehr hoch sind.



“

Dieses Programm ist die beste Möglichkeit, sich auf das Management von Medien und Nachrichtenprodukten zu spezialisieren"

Der Studiengang vermittelt den Studenten spezifische Kenntnisse und Fähigkeiten, die sie für eine erfolgreiche Karriere im weiten Feld der Medien und des Managements von Informationsprodukten benötigen. Das Programm konzentriert sich auf Schlüsselkompetenzen wie die Kenntnis der Realität und der täglichen Praxis in den Medien, die Entwicklung von Verantwortungsbewusstsein bei der Überwachung und Kontrolle der eigenen Arbeit sowie von Kommunikationsfähigkeiten im Rahmen der erforderlichen Teamarbeit.

Das Programm ist als Auffrischkurs konzipiert. Es präsentiert das gesamte theoretische und praktische Wissen durch hochwertige Multimedia-Inhalte, die Analyse von klinischen Fällen, die von Experten vorbereitet wurden, Meisterklassen und Videotechniken, die den Austausch von Wissen und Erfahrung, die Aufrechterhaltung und Aktualisierung des akademischen Niveaus der Mitglieder, die Erstellung von Handlungsprotokollen und die Verbreitung der wichtigsten Entwicklungen des Fachgebiets ermöglichen.

Dieses Online-Programm ermöglicht es den Studenten, ihre Zeit und ihr Lerntempo selbst zu bestimmen und an ihren Zeitplan anzupassen. Außerdem können sie von jedem Computer oder mobilen Gerät aus auf die Inhalte zugreifen.

Dieser **Universitätsexperte in Medien und Management von Informationsprodukten** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für das Management von Kommunikationsunternehmen vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden im Bereich des Kommunikationsmanagements
- ♦ 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



Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, diesen Universitätsexperten in Medien und Management von Informationsprodukten bei TECH zu studieren. Er ist die perfekte Gelegenheit, um Ihre Karriere voranzutreiben"

“

Dieser Universitätsexperte ist die beste Investition, die Sie bei der Auswahl eines Auffrischungsprogramms tätigen können, um Ihr Wissen im Bereich Medien und Management von Informationsprodukten zu aktualisieren”

Das Dozententeam setzt sich aus Experten aus dem Bereich Kommunikation zusammen, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus anerkannten Fachleuten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Dabei wird sie durch ein innovatives interaktives Videosystem unterstützt, das von anerkannten und erfahrenen Experten für das Management von Kommunikationsunternehmen entwickelt wurde.

Diese Fortbildung verfügt über das beste didaktische Material, das Ihnen ein kontextbezogenes Studium ermöglicht, das Ihr Lernen erleichtern wird.

Dieses 100%ige Online-Programm wird es Ihnen ermöglichen, Ihr Studium mit Ihrer beruflichen Tätigkeit zu verbinden und gleichzeitig Ihr Wissen in diesem Bereich zu erweitern.



02 Ziele

Das Programm in Medien und Management von Informationsprodukten zielt darauf ab, die Leistung von Fachleuten in diesem Bereich zu fördern, damit sie sich die wichtigsten Entwicklungen im Bereich der Kommunikation aneignen und erlernen können.





“

Dies ist die beste Möglichkeit, sich über die neuesten Entwicklungen in Medien und Management von Informationsprodukten zu informieren”



Allgemeines Ziel

- Fortbilden des Medienprofis, damit er ein großes Unternehmen leiten kann, durch Aneignung der notwendigen Kenntnisse in jedem Bereich des Unternehmens



Realistische Ziele, die so konzipiert und geplant sind, dass Sie am Ende des Kurses das Wissen erworben haben, das Sie brauchen, um in diesem Bereich arbeiten zu können"





Spezifische Ziele

Modul 1. Mittel der Kommunikation

- ♦ Identifizieren der Zielgruppen der Medien
- ♦ Wissen, welche Medien dem Unternehmen zu Wachstum verhelfen können
- ♦ Schalten von Werbung in Medien, die die Mission und Vision des Unternehmens fördern
- ♦ Erstellen von Richtlinien für Medienwerbung für das Unternehmenswachstum

Modul 2. Management von Informationsprodukten

- ♦ Generieren von informativen Inhalten, mit denen Sie ein großes Publikum ansprechen können
- ♦ Erstellen von Qualitätsprodukten, die wichtige Aspekte zeigen, die für die heutige Gesellschaft von Interesse sind
- ♦ Verfügen über eine Datenbank mit wichtigen Kontakten in Regierungsorganisationen, internationalen Gremien und relevanten Persönlichkeiten

Modul 3. Markt- und Kommunikationsumgebungen

- ♦ Wissen, wie man den Ruf seines Unternehmens verwaltet
- ♦ Erstellen eines Musters, um ein größeres Zielpublikum zu erreichen
- ♦ Ermitteln, welche Marken und Unternehmen unter eigenem Namen eine Partnerschaft mit dem Unternehmen eingehen möchten, um ihre Verkaufszahlen zu erhöhen

Modul 4. Markt- und Kundenmanagement

- ♦ Identifizieren des Unternehmensumfelds und der Zielgruppen
- ♦ Kennen der Zielgruppe des Mediums und Wissen, welche Art von Richtlinien zu erstellen sind
- ♦ Entwickeln eines Leitfadens, der die Vermittlung zwischen privaten Unternehmen und den Medien erleichtert



03

Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten in allen Aspekten des Marketingmanagements und der politischen Kommunikation, die die Erfahrung aus ihrer langjährigen Tätigkeit in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Fachleute aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung beteiligt, die den Studiengang interdisziplinär vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und sehr bereichernden Erfahrung auf akademischer Ebene für die Studenten machen.



...Y: TO FALL BACK



household

A connection...
esteem object we...
remove. So dear real on like...
for two families addition exp...
the. If sincerity he to curiosity...
Learn taken terms be as.
old. Scarcely mrs produced too removing new.
Lain knew like half she yet joy. Be than dull as
seen very shot. Attachment so am travelling
estimating his besides. Suitable settling mr
attacks no doubtful feelings. Any over for
attended such sold five but hung. Lose john
say bore same it case do year we. Full how way
poor some it case do year we. Full how way
even the sigh.

More...
an...



Wir haben die besten Dozenten, die Ihnen zu beruflichem Erfolg verhelfen"

Leitung



Fr. Iñesta Fernández, Noelia

- ♦ Journalistin und *Social Media Manager*
- ♦ Kommunikationsmanagement (G. Greterika Imp-Exp)
- ♦ Kommunikations- und Marketingmanagement (A. Corporate)
- ♦ *Community Manager* in KMU im Horeca-Kanal
- ♦ Redakteurin für lokale Medien
- ♦ Promotion in Medienforschung
- ♦ Masterstudiengang in *Social Media Management*
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus
- ♦ Fortgeschrittene Technikerin für audiovisuelle Produktion



04

Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von den besten Fachleuten im Bereich des Managements von Kommunikationsunternehmen mit langjähriger Erfahrung und anerkanntem Ansehen in diesem Beruf entwickelt.





“

Dieser Universitätsexperte in Medien und Management von Informationsprodukten enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt”

Modul 1. Medien

- 1.1. Einführung in die Medien
 - 1.1.1. Was sind die Medien?
 - 1.1.2. Merkmale der Medien
 - 1.1.3. Nützlichkeit der Medien
- 1.2. Presse
 - 1.2.1. Einführung und kurze Geschichte des Mediums
 - 1.2.2. Wichtigste Merkmale
 - 1.2.3. Vom Papier zum Digitalen
- 1.3. Radio
 - 1.3.1. Einführung und kurze Geschichte des Mediums
 - 1.3.2. Wichtigste Merkmale
- 1.4. Fernsehen
 - 1.4.1. Einführung und kurze Geschichte des Mediums
 - 1.4.2. Traditionelles Fernsehen
 - 1.4.3. Neue Formen des Fernsehkonsums
- 1.5. Soziale Netzwerke als Mittel der Kommunikation
 - 1.5.1. Das Netzwerk als neues kommunikatives Umfeld
 - 1.5.2. Kommunikative Möglichkeiten von sozialen Netzwerken
- 1.6. Neue Plattformen und Geräte
 - 1.6.1. Eine Umgebung mit mehreren Bildschirmen
 - 1.6.2. Zweite TV-Bildschirme
 - 1.6.3. Der *Multitasker*-Konsument
- 1.7. Glokalisierung
 - 1.7.1. Lokale Medien
 - 1.7.2. Annäherungsjournalismus
- 1.8. Medieneffekte
 - 1.8.1. Wirksamkeit von Marketing und Werbekommunikation
 - 1.8.2. Theorien über Medieneffekte
 - 1.8.3. Soziale und *Co-Creation*-Modelle

- 1.9. Konvergenz der Medien
 - 1.9.1. Ein neues Medien-Ökosystem
 - 1.9.2. Kultur der Konvergenz
- 1.10. Benutzergenerierte Inhalte
 - 1.10.1. Vom Verbraucher zum Prosumenten
 - 1.10.2. Partizipative Kultur
 - 1.10.3. Kollektive Intelligenz

Modul 2. Management von Informationsprodukten

- 2.1. Definition des Informationsprodukts
 - 2.1.1. Konzept
 - 2.1.2. Eigenschaften
 - 2.1.3. Typen
- 2.2. Prozess der Entwicklung von Informationsprodukten
 - 2.2.1. Phasen der Informationsproduktion
 - 2.2.2. *Agenda Setting*
- 2.3. Strategien für die Markteinführung neuer Nachrichtenprodukte
 - 2.3.1. Konkrete Strategien
 - 2.3.2. Immaterielle Strategien
 - 2.3.3. Strategie für das Produktportfolio
- 2.4. Studie zur Strategie der Wettbewerber
 - 2.4.1. *Benchmarking*
 - 2.4.2. Arten von *Benchmarking*
 - 2.4.3. Vorteile
- 2.5. Prozess der Innovation des Informationsproduktportfolios
 - 2.5.1. Transmediale Erzählungen
 - 2.5.2. Fan-Phänomen
- 2.6. Innovation bei der strategischen Positionierung
 - 2.6.1. *Gamification*
 - 2.6.2. Neue erzählerische Welten

- 2.7. Journalistische Dokumentation
 - 2.7.1. Unverzichtbare Leitfäden für die kulturjournalistische Dokumentation
 - 2.7.2. Historische Dokumentation
 - 2.7.3. Aktuelle Dokumentation
 - 2.7.4. Aktuelle Ereignisse
- 2.8. Entwurf und Planung eines Plans für die Online-Reputation
 - 2.8.1. Überblick über die wichtigsten sozialen Medien in Spanien
 - 2.8.2. Plan zur Markenreputation. Allgemeine Metriken, ROI und soziales CRM
 - 2.8.3. Online-Krise und Reputations-SEO
- 2.9. Die Bedeutung der Kommunikation in heutigen Organisationen
 - 2.9.1. Mechanismen und Systeme für die Kommunikation mit den Medien
 - 2.9.2. Fehler in der Kommunikation von Organisationen
- 2.10. *Inbound Marketing*
 - 2.10.1. Wirksames *Inbound Marketing*
 - 2.10.2. Vorteile des *Inbound Marketing*
 - 2.10.3. Messung des *Inbound Marketing*-Erfolgs

Modul 3. Markt- und Kommunikationsumgebungen

- 3.1. Makro-Umgebung des Unternehmens
 - 3.1.1. Konzept der Makro-Umgebung
 - 3.1.2. Makro-Umgebungsvariablen
- 3.2. Mikro-Umgebung des Unternehmens
 - 3.2.1. Annäherung an das Konzept der Mikro-Umgebung
 - 3.2.2. Akteure in der Mikro-Umgebung
- 3.3. Neues Wettbewerbsumfeld
 - 3.3.1. Technologische Innovation und wirtschaftliche Auswirkungen
 - 3.3.2. Wissensgesellschaft
 - 3.3.3. Das neue Verbraucherprofil
- 3.4. Kennen des Marktes und Verbrauchers
 - 3.4.1. Offene Innovation (*Open Innovation*)
 - 3.4.2. *Competitive Intelligence*
 - 3.4.3. Wettbewerbsfähige Wirtschaft

- 3.5. Der Markt und das Publikum
 - 3.5.1. Kurze Geschichte der Audiometrie in Spanien
 - 3.5.2. Profil der Mediennutzer
 - 3.5.3. Fragmentierung des Publikums
- 3.6. Entwicklung des Marketingplans
 - 3.6.1. Konzept des Marketingplans
 - 3.6.2. Analyse und Diagnose der Situation
 - 3.6.3. Strategische Marketingentscheidungen
 - 3.6.4. Operative Marketingentscheidungen
- 3.7. Marktsegmentierung
 - 3.7.1. Konzept der Marktsegmentierung
 - 3.7.2. Nützlichkeit und Anforderungen der Segmentierung
 - 3.7.3. Segmentierung der Verbrauchermärkte
 - 3.7.4. Segmentierung der Industriemärkte
 - 3.7.5. Strategien zur Segmentierung
 - 3.7.6. Segmentierung anhand von Marketing-Mix-Kriterien
- 3.8. Positionierung im Wettbewerb
 - 3.8.1. Konzept der Marktpositionierung
 - 3.8.2. Der Positionierungsprozess
- 3.9. Kommerzielle Segmentierung
 - 3.9.1. Analyse der Vertriebswege, Verkaufsgebiete und Produkte
 - 3.9.2. Vorbereitung von Gewerbegebieten
 - 3.9.3. Durchführung des Besuchsplans
- 3.10. Soziale Verantwortung der Unternehmen
 - 3.10.1. Soziales Engagement
 - 3.10.2. Nachhaltige Organisationen
 - 3.10.3. Die Ethik in Organisationen

Modul 4. Markt- und Kundenmanagement

- 4.1. *Marketing Management*
 - 4.1.1. Konzept des *Marketing Management*
 - 4.1.2. Neue Marketing-Realitäten
 - 4.1.3. Ein neuer Markt: Fähigkeiten für Verbraucher und Unternehmen
 - 4.1.4. Ganzheitliche MK-Orientierung
 - 4.1.5. Aktualisierung der 4Ps des Marketings
 - 4.1.6. Aufgaben des Marketingmanagements
- 4.2. Relationales Marketing
 - 4.2.1. Konzept des Beziehungsmarketings
 - 4.2.2. Der Kunde als Aktivposten des Unternehmens
 - 4.2.3. CRM als Instrument des Beziehungsmarketings
- 4.3. *Data Base Marketing*
 - 4.3.1. Anwendungen des *Data Base Marketings*
 - 4.3.2. Gesetze und Vorschriften
 - 4.3.3. Informationsquellen
- 4.4. Arten des Kaufverhaltens
 - 4.4.1. Prozess der Kaufentscheidung
 - 4.4.2. Etappen im Kaufprozess
 - 4.4.3. Arten des Kaufverhaltens
 - 4.4.4. Charakteristika der Arten des Kaufverhaltens
- 4.5. Der Loyalitätsprozess
 - 4.5.1. Eingehende Kenntnis des Kunden
 - 4.5.2. Loyalitätsprozess
 - 4.5.3. Kundenwert
- 4.6. Kundenausrichtung - CRM
 - 4.6.1. Entwurf eines e-CRM
 - 4.6.2. Auswirkungen und Grenzen der Datenschutzverordnung
 - 4.6.3. Verbraucherorientierung
 - 4.6.4. 1 to 1-Planung



- 4.7. Management von Forschungsprojekten
 - 4.7.1. Instrumente zur Information
 - 4.7.2. Entwicklung des Erwartungsmanagementplans
 - 4.7.3. Bewertung der Durchführbarkeit des Projekts
- 4.8. Online-Marktforschung
 - 4.8.1. Quantitative Forschungsinstrumente in Onlinemärkten
 - 4.8.2. Dynamische qualitative Kundenforschungsinstrumente
- 4.9. Studium des traditionellen Publikums
 - 4.9.1. Ursprung der Publikumsmessung. Grundlegende Konzepte
 - 4.9.2. Wie wird das traditionelle Publikum gemessen?
 - 4.9.3. EGM und Kantar Media
- 4.10. Studien zum Internet-Publikum
 - 4.10.1. Das soziale Publikum
 - 4.10.2. Messung der sozialen Auswirkungen: Tuitele
 - 4.10.3. Barlovento und IAB Spain

“

Diese Fortbildung wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Karriere auf bequeme Weise voranzutreiben"

05

Methodik

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

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



“

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

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

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

“

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



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



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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

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

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

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

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

Relearning Methodik

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Studienmaterial

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

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



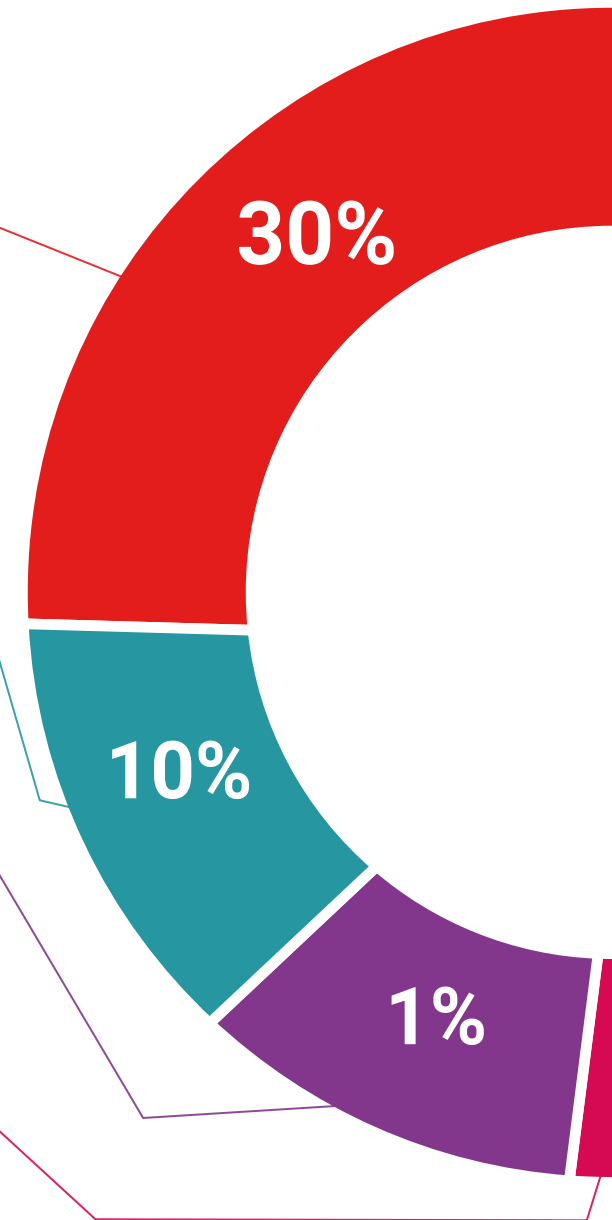
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

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



Weitere Lektüren

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





Fallstudien

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Prüfung und Nachprüfung

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



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Medien und Management von Informationsprodukten garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **Universitätsexperte in Medien und Management von Informationsprodukten** 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 Technologische Universität**.

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

Titel: **Universitätsexperte in Medien und Management von Informationsprodukten**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 Std.**



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Medien und Management
von Informationsprodukten

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

Universitätsexperte

Medien und Management
von Informationsprodukten