Weiterbildender Masterstudiengang

Senior Management der Audiovisuellen Industrie

WMSMAI

tech technologische universität

tech technologische universität

Weiterbildender Masterstudiengang
Senior Management der Audiovisuellen Industrie

- Modalität: **online**
- Dauer: **2 Jahre**
- Qualifizierung: **TECH Technologische Universität**
- Aufwand: **16 Std./Woche**
- Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- Prüfungen: **online**

Internetzugang: **www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/weiterbildender-masterstudiengang/weiterbildender-masterstudiengang-senior-management-audiovisuellen-industrie**

Index

01 Willkommen — Seite 4

02 Warum an der TECH studieren? — Seite 6

03 Warum unser Programm? — Seite 10

04 Ziele — Seite 14

05 Kompetenzen — Seite 20

06 Struktur und Inhalt — Seite 26

07 Methodik — Seite 42

08 Profil unserer Studenten — Seite 50

09 Kursleitung — Seite 54

10 Auswirkung auf Ihre Karriere — Seite 60

11 Vorteile für Ihr Unternehmen — Seite 64

12 Qualifizierung — Seite 68

01

Willkommen

Die audiovisuelle Industrie ist einer der wichtigsten Wirtschaftszweige weltweit, da sie von der großen Mehrheit der Bürger auf die eine oder andere Weise über verschiedene Medien konsumiert wird: Fernsehen, Kino, Werbung, usw. Außerdem gibt es mit der Verbreitung des Internets praktisch keine Grenzen mehr für den Konsum. Dies zeigt, wie wichtig dieser Sektor auf wirtschaftlicher Ebene ist. Aus diesem Grund ist es für die Unternehmen wichtig, über Manager zu verfügen, die nicht nur über umfassende Kenntnisse im audiovisuellen Bereich verfügen, sondern auch auf Unternehmensführung spezialisiert sind und ihre Fortbildung einsetzen, um die die bestmögliche Leistung erzielen. Vor diesem Hintergrund hat sich TECH zum Ziel gesetzt, Fachleuten aus der Wirtschaft die derzeit beste Fortbildung zum Thema Unternehmensführung in audiovisuellen Unternehmen anzubieten, damit sie sich auf bequeme Weise das Wissen aneignen können, das für ihre tägliche Arbeit unerlässlich ist.

Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie.
TECH Technologische Universität

Ihre Weiterbildung auf dem Gebiet des Managements von audiovisuellen Unternehmen wird Ihnen dabei helfen, erfolgreiche Produkte zu schaffen, die von Bürgern auf der ganzen Welt konsumiert werden"

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Ausbildung von Führungskräften.

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"

Bei TECH Technologische Universität

Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa", für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.

Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

95% | **Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.**

Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

+100.000
Jährlich geschulte Manager

+200
verschiedene Nationalitäten

Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500 | **Partnerschaften mit den besten Unternehmen**

Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.

Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

Lerne mit den Besten

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.

Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt haben”

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:

Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.

Akademische Spitzenleistung

TECH bietet den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.

Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung Ihrer Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Die Studenten werden von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.

Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können”

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

70% der Teilnehmer an dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

45% der Auszubildenden werden intern befördert.

05

Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und den Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden und oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigorose Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.

08

Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Technologische Universität Community.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Lehrern zu spezialisieren.

04

Ziele

Das Hauptziel dieses Weiterbildenden Masterstudiengangs der TECH Technologischen Universität ist es, den Studenten die vollständigsten und relevantesten Informationen über das Management von audiovisuellen Unternehmen zu vermitteln, damit sie sich in einem hart umkämpften Sektor erfolgreich entfalten können. Auf diese Weise werden die Studenten in der Lage sein, aus erster Hand die interessantesten Aspekte der audiovisuellen Produktion und des Managements von Unternehmen in diesem Sektor kennenzulernen.

Dieses Programm wird Ihnen helfen, die Fähigkeiten zu entwickeln, um audiovisuelle Unternehmen erfolgreich zu leiten"

TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen. Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.

Der **Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01 Definition der neusten Trends in der Unternehmensführung unter Berücksichtigung des globalisierten Umfeldes, das die Kriterien des Topmanagements bestimmt

02 Entwicklung der wichtigsten Führungsqualitäten, die für Berufstätige wichtig sind

03 Entwicklung von Strategien zur Entscheidungsfindung in einem komplexen und instabilen Umfeld

04 Erstellung von Unternehmensstrategien, die das Drehbuch für das Unternehmen vorgeben, um wettbewerbsfähiger zu sein und die eigenen Ziele zu erreichen

05 Entwicklung innovativer Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Management- und Geschäftseffizienz

06 Aneignung der Kommunikationsfähigkeiten, die eine Führungskraft benötigt, um sich Gehör zu verschaffen und von den Mitgliedern ihrer Gemeinschaft verstanden zu werden

07 Verständnis des wirtschaftlichen Umfeldes, in dem sich das Unternehmen entwickelt, und Entwicklung geeigneter Strategien zur Antizipation von Veränderungen

08 Verstehen der logistischen Abläufe, die im Unternehmensumfeld notwendig sind, um ein entsprechendes Management zu entwickeln

09 Die Durchführung einer Marketingstrategie, die es ermöglicht, unser Produkt bei unseren potenziellen Kunden bekannt zu machen und ein angemessenes Image unseres Unternehmens zu erzeugen

10 In der Lage sein, alle Phasen einer Geschäftsidee zu entwickeln: Entwurf, Realisierungsplan, Umsetzung, Überwachung

11 Über die transversalen und spezifischen Kompetenzen verfügen, die notwendig sind, um sich der Realität des Kulturjournalismus in verschiedenen Bereichen erfolgreich zu stellen

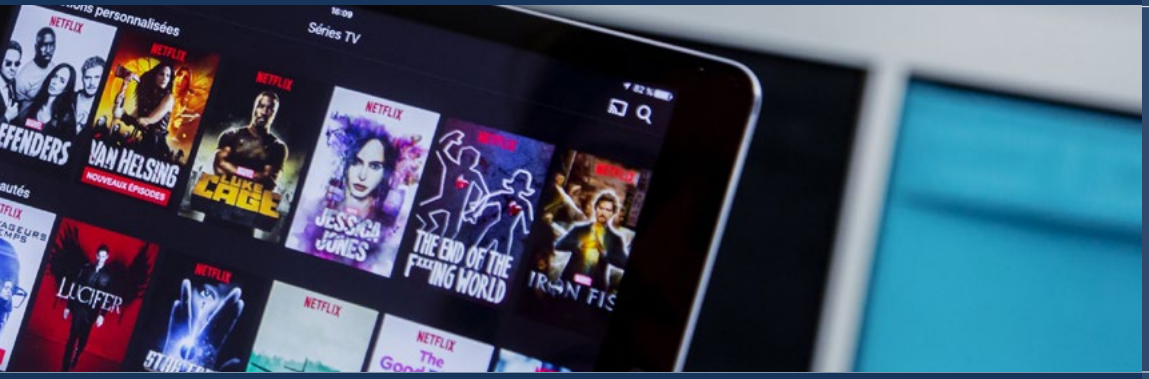
12 Wissen, wie man Geschichten identifiziert, erstellt und entwickelt, mit den verschiedenen Punkten, die sie umfassen, gekennzeichnet durch Strenge und persönliches Branding

13 Die wesentlichen Richtlinien für die Durchführung von Dokumentationen im Kulturjournalismus kennen und entwickeln

14 Die Grundlagen der Funktionsweise des audiovisuellen Systems kennen (grundlegende Inhalte festlegen, die Autoren/Texte kennen, die in jedem Thema bearbeitet werden)

15 Erwerb der Fähigkeit zur theoretischen und kritischen Analyse der Organisationsstrukturen der audiovisuellen Kommunikation (Verstehen der wichtigsten Ideen, Zusammenhänge zwischen Konzepten und Elementen)

16 Den rechtlichen Rahmen und die Gesetzgebung kennen, die den audiovisuellen Produktionssektor und seine Auswirkungen auf die verschiedenen Produktionsformate regelt



17 Analyse und Konzeption innovativer Strategien, die zur Verbesserung von Management- und Entscheidungsprozessen sowie zur Entwicklung von Informationsprodukten im Einklang mit den Bedürfnissen des Publikums und der Werbekunden beitragen

18 Kenntnis der Produktionsstrategien für die Entwicklung und den anschließenden Vertrieb von audiovisuellen Projekten

19 Identifizierung des Marketingdesigns einer audiovisuellen Produktion anhand ihrer Auswirkung auf die verschiedenen zeitgenössischen audiovisuellen Medien

20 Die verschiedenen Formate im Kontext des aktuellen Fernsehpanoramas erkennen

05

Kompetenzen

TECH Technologische Universität ist sich der Notwendigkeit der Spezialisierung von Geschäftsleuten in verschiedenen Bereichen ihrer Tätigkeit bewusst und hat aus diesem Grund diesen Weiterbildenden Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie entwickelt, mit dem die Studenten die Möglichkeit haben, die notwendigen Fähigkeiten zu entwickeln, die es ihnen erlauben werden, ihre Arbeitspraxis zu verbessern, wettbewerbsfähiger zu sein und die neuesten Werkzeuge im audiovisuellen Bereich anzuwenden.

Erwerben Sie die nötigen Kompetenzen, um im audiovisuellen Sektor erfolgreich zu sein"

01 Ein globales Management des Unternehmens durchführen und dabei Führungstechniken anwenden, die die Leistung der Mitarbeiter so beeinflussen, dass die Ziele des Unternehmens erreicht werden

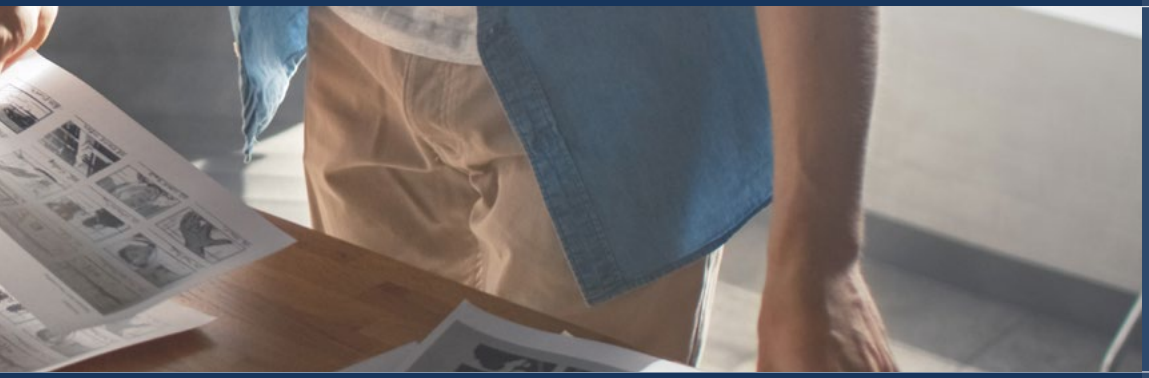
02 Teil der Unternehmens- und Wettbewerbsstrategie des Unternehmens sein und diese leiten

03 Lösen von Konflikten und Problemen zwischen Arbeitnehmern

04 Durchführung eines korrekten Teammanagements, um die Produktivität und damit den Gewinn des Unternehmens zu verbessern

05 In der Lage sein, den Wirtschafts- und Finanzplan des Unternehmens zu verwalten

06 Steuerung der logistischen Prozesse des Unternehmens sowie des Einkaufs und der Beschaffung



07 Eingehende Untersuchung der neuen Geschäftsmodelle für Informationssysteme

08 Anwendung der am besten geeigneten Strategien für den elektronischen Handel mit den Produkten des Unternehmens

09 Ausarbeitung und Leitung von Marketingplänen

10 Auf Innovation in allen Prozessen und Bereichen des Unternehmens zu setzen

11 Nutzung sozialer Netzwerke in einem journalistischen Umfeld

12 Die Zusammensetzung von audiovisuellen Produktionsteams kennen

13 Organisation einer den Zielen des audiovisuellen Projekts angemessenen Inszenierung

14 Planung narrativer Aktionen, angepasst an die verfügbaren Mittel

15 Beherrschen der verschiedenen Phasen eines audiovisuellen Projekts

16 Die Organisationsstrukturen der audiovisuellen Kommunikation kennen und anwenden

17 Wissen, wie man sich an die Konsumformen des jeweiligen Augenblicks anpassen kann

18 Den Beziehungscode der verschiedenen Akteure der audiovisuellen Kommunikation kennen

19 Die historische Entwicklung der audiovisuellen Produktion beschreiben

20 Produkte erstellen, die an die verfügbaren Finanzmittel angepasst sind

21 Planung der Amortisation von audiovisuellen Produkten

22 Produzieren eines audiovisuellen Produkts auf verschiedenen Medien

06

Struktur und Inhalt

Die Fachleute des audiovisuellen Sektors müssen sich ständig spezialisieren, um mit den wichtigsten Entwicklungen in dieser Branche Schritt zu halten, aber vor allem, um diese Art von Unternehmen erfolgreich führen zu können. Aus diesem Grund hat TECH ein sehr umfassendes Programm entwickelt, in dem die Studenten die wichtigsten Informationen finden werden, die sie in ihrem Berufsleben in die Praxis umsetzen können. Ein Programm auf hohem Niveau, das sich an Fachleute richtet, die Spitzenleistungen anstreben.

Ein sehr kompletter Lehrplan, der grundlegend ist, um Ihre Wettbewerbsfähigkeit im Management von audiovisuellen Unternehmen zu steigern"

Lehrplan

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf nationaler und internationaler Ebene zu treffen. Der Inhalt ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung von Managementfähigkeiten zu fördern, die es Ihnen ermöglichen, in unsicheren Umgebungen Entscheidungen mit größerer Strenge zu treffen.

Während des 3.000 Stunden umfassenden Studiums werden die Studenten in Einzelarbeit eine Vielzahl praktischer Fälle analysieren und dabei qualitativ hochwertige Erkenntnisse gewinnen, die sie dann in ihrer täglichen Praxis anwenden können. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen. .

Dieses Programm befasst sich eingehend mit den wichtigsten Bereichen des audiovisuellen Unternehmens und zielt darauf ab, Managern die Unternehmensführung aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive zu vermitteln.

Ein Plan für Studenten, der sich auf ihre berufliche Weiterentwicklung konzentriert und sie darauf vorbereitet, hervorragende Leistungen im Bereich des Managements audiovisueller Unternehmen zu erzielen. Ein Programm, das ihre Bedürfnisse und die ihres Unternehmens durch innovative Inhalte, die auf den neuesten Trends basieren, versteht. Unterstützt durch die beste Lehrmethodik und einen außergewöhnlichen Lehrkörper, der Ihnen die Kompetenzen vermitteln wird, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 24 Monaten und ist in 18 Module unterteilt:

Modul 1	Führung, Ethik und CSR
Modul 2	Strategisches Management und Unternehmensführung
Modul 3	Personal- und Talentmanagement
Modul 4	Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung
Modul 5	Betriebs- und Logistikmanagement
Modul 6	Verwaltung von Informationssystemen
Modul 7	Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation
Modul 8	Innovation und Projektleitung
Modul 9	Kulturjournalismus
Modul 10	Theorie und Technik der Produktion
Modul 11	Struktur des audiovisuellen Systems
Modul 12	Audiovisuelle Produktion
Modul 13	Produktion von Fiktion und die Regie von Schauspielern
Modul 14	Kulturindustrien und neue Geschäftsmodelle in der Kommunikation
Modul 15	Verwaltung und Förderung von audiovisuellen Produkten
Modul 16	Genres, Formate und Fernsehprogramme
Modul 17	Das audiovisuelle Publikum
Modul 18	Fernsehdrehbuch: Programme und Fiktion

Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie vollständig online zu absolvieren. Während der 2-jährigen Spezialisierun kann der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Führung, Ethik und CSR

1.1. Globalisierung und Führung
1.1.1. Globalisierung und Trends: Internationalisierung der Märkte
1.1.2. Wirtschaftliches Umfeld und Unternehmensführung
1.1.3. *Accountability* oder Rechenschaftspflicht

1.2. Führungsrolle
1.2.1. Interkulturelles Umfeld
1.2.2. Führung und Unternehmensmanagement
1.2.3. Aufgaben und Zuständigkeiten von Führungskräften

1.3. Wirtschaftsethik
1.3.1. Ethik und Integrität
1.3.2. Ethisches Verhalten in der Wirtschaft
1.3.3. Deontologie, Ethik- und Verhaltenskodizes
1.3.4. Prävention von Betrug und Korruption

1.4. Nachhaltigkeit
1.4.1. Unternehmen und nachhaltige Entwicklung
1.4.2. Soziale, ökologische und wirtschaftliche Auswirkungen
1.4.3. Agenda 2030 und SDGs

1.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens
1.5.1. Soziale Verantwortung der Unternehmen
1.5.2. Rollen und Verantwortlichkeiten
1.5.3. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

Modul 2. Strategisches *Management* und Unternehmensführung

2.1. Organisatorische Analyse und Gestaltung
2.1.1. Organisatorische Kultur
2.1.2. Organisatorische Analyse
2.1.3. Gestaltung der Organisationsstruktur

2.2. Unternehmensstrategie
2.2.1. Strategie auf Unternehmensebene
2.2.2. Typologien von Strategien auf Unternehmensebene
2.2.3. Festlegung der Unternehmensstrategie
2.2.4. Unternehmensstrategie und Ansehen

2.3. Strategische Planung und Formulierung
2.3.1. Strategisches Denken
2.3.2. Strategische Planung und Formulierung
2.3.3. Nachhaltigkeit und Unternehmensstrategie

2.4. Strategische Modelle und Muster
2.4.1. Wohlstand, Wert und Rentabilität von Investitionen
2.4.2. Unternehmensstrategie: Methoden
2.4.3. Wachstum und Konsolidierung der Unternehmensstrategie

2.5. Strategisches Management
2.5.1. Auftrag, Vision und strategische Werte
2.5.2. *Balanced Scorecard*/Dashboard
2.5.3. Analyse, Kontrolle und Bewertung der Unternehmensstrategie
2.5.4. Strategisches Management und *reporting*

2.6. Strategische Umsetzung und Durchführung
2.6.1. Strategische Umsetzung: Ziele, Maßnahmen und Auswirkungen
2.6.2. Kontrolle und strategische Ausrichtung
2.6.3. Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung

2.7. Geschäftsleitung
2.7.1. Integration von funktionalen Strategien in globale Unternehmensstrategien
2.7.2. Management-Politik und -Prozesse
2.7.3. *Wissensmanagement*

2.8. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
2.8.1. Methodik der Problemlösung
2.8.2. Fallmethode
2.8.3. Positionierung und Entscheidungsfindung

Modul 3. Personal- und Talentmanagement

3.1. Organisatorisches Verhalten
3.1.1. Organisationstheorie
3.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen
3.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement

3.2. Strategisches Management von Menschen
3.2.1. Arbeitsplatzgestaltung, Einstellung und Auswahl
3.2.2. Strategischer Personalplan: Entwurf und Umsetzung
3.2.3. Arbeitsplatzanalyse; Gestaltung und Auswahl von Mitarbeitern
3.2.4. Schulung und berufliche Entwicklung

3.3. Managemententwicklung und Führung
3.3.1. Managementfähigkeiten: Kompetenzen und Fähigkeiten des 21. Jahrhunderts
3.3.2. Nicht managementbezogene Fertigkeiten
3.3.3. Karte der Kompetenzen und Fertigkeiten
3.3.4. Führung und Personalmanagement

3.4. Änderungsmanagement
3.4.1. Leistungsanalyse
3.4.2. Strategisches Denken
3.4.3. Änderungsmanagement: Schlüsselfaktoren, Prozessgestaltung und -management
3.4.4. Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung

3.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement
3.5.1. Verhandlungsziele: differenzierende Elemente
3.5.2. Wirksame Verhandlungstechniken
3.5.3. Konflikte: Faktoren und Typologien
3.5.4. Effizientes Konfliktmanagement: Verhandlung und Kommunikation

3.6. Kommunikation der Führungskräfte
3.6.1. Unternehmensstrategie und Managementkommunikation
3.6.2. Interne Kommunikation: Einfluss und Wirkung
3.6.3. Zwischenmenschliche Kommunikation: Teammanagement und Fähigkeiten

3.7. Teammanagement und Mitarbeiterleistung
3.7.1. Multikulturelles und multidisziplinäres Umfeld
3.7.2. Team- und Personalmanagement
3.7.3. *Coaching* und menschliche Leistung
3.7.4. Managementsitzungen: Planung und Zeitmanagement

3.8. Wissens- und Talentmanagement
3.8.1. Identifizierung von Wissen und Talent in Organisationen
3.8.2. Modelle für das Wissens- und Talentmanagement in Unternehmen
3.8.3. Kreativität und Innovation

Modul 4. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

4.1. Wirtschaftliches Umfeld
4.1.1. Organisationstheorie
4.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen
4.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement

4.2. Internes Rechnungswesen
4.2.1. Internationaler Rechnungslegungsrahmen
4.2.2. Einführung in den Buchhaltungszyklus
4.2.3. Jahresabschlüsse von Unternehmen
4.2.4. Analyse von Rechnungsabschlüssen: Entscheidungsfindung

4.3. Haushalts- und Verwaltungskontrolle
4.3.1. Haushaltsplanung
4.3.2. Managementkontrolle: Aufbau und Ziele
4.3.3. Beaufsichtigung und *reporting*

4.4. Steuerliche Verantwortung der Unternehmen
4.4.1. Steuerliche Verantwortung der Gesellschaften
4.4.2. Steuerverfahren: ein Fall-Länder-Ansatz

4.5. Systeme der Unternehmenskontrolle
4.5.1. Arten der Kontrolle
4.5.2. Einhaltung der Vorschriften/*Compliance*
4.5.3. Interne Prüfung
4.5.4. Externe Prüfung

4.6. Finanzmanagement
4.6.1. Einführung in das Finanzmanagement
4.6.2. Finanzmanagement und Unternehmensstrategie
4.6.3. Finanzvorstand oder *Chief Financial Officer (CFO): Richtlinienkompetenzen*

4.7. Finanzielle Planung
4.7.1. Geschäftsmodelle und Finanzierungsbedarf
4.7.2. Instrumente zur Finanzanalyse
4.7.3. Kurzfristige Finanzplanung
4.7.4. Langfristige Finanzplanung

4.8. Finanzielle Unternehmensstrategie
4.8.1. Finanzielle Investitionen von Unternehmen
4.8.2. Strategisches Wachstum: Typologien

4.9. Makroökonomischer Kontext
4.9.1. Makroökonomische Analyse
4.9.2. Kurzfristige Indikatoren
4.9.3. Wirtschaftskreislauf

4.10. Strategische Finanzierungen
4.10.1. Bankgeschäft: Aktuelles Umfeld
4.10.2. Risikoanalyse und -management

4.11. Geld- und Kapitalmärkte
4.11.1. Festverzinslicher Markt
4.11.2. Aktienmarkt
4.11.3. Bewertung des Unternehmens

4.12. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
4.12.1. Methodik der Problemlösung
4.12.2. Fallmethode

Modul 5. Betriebs- und Logistikmanagement

5.1. Verwaltung der Operationen
5.1.1. Definition der operativen Strategie
5.1.2. Planung und Kontrolle der Lieferkette
5.1.3. Indikatorensysteme

5.2. Verwaltung der Einkäufe
5.2.1. Verwaltung der *Bestände*
5.2.2. Lagerverwaltung
5.2.3. Einkauf und Beschaffungsmanagement

5.3. *Supply chain management* (I)
5.3.1. Kosten und Effizienz der Betriebskette
5.3.2. Veränderte Nachfragemuster
5.3.3. Änderung der Betriebsstrategie

5.4. *Supply chain management* (II). Umsetzung
5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
5.4.2. Logistik-Management
5.4.3. Einkauf

5.5. Logistische Prozesse
5.5.1. Organisation und Verwaltung durch Prozesse
5.5.2. Beschaffung, Produktion, Vertrieb
5.5.3. Qualität, Qualitätskosten und Instrumente
5.5.4. Kundendienst

5.6. Logistik und Kunden
5.6.1. Bedarfsanalyse und -prognose
5.6.2. Absatzprognose und -planung
5.6.3. *Collaborative Planning Forecasting & Replacement*

5.7. Internationale Logistik
5.7.1. Zoll-, Ausfuhr- und Einfuhrverfahren
5.7.2. Formen und Mittel des internationalen Zahlungsverkehrs
5.7.3. Internationale Logistikplattformen

5.8. Konkurrieren aus dem Betriebsablauf
5.8.1. Innovation im Betriebsablauf als Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen
5.8.2. Aufstrebende Technologien und Wissenschaften
5.8.3. Informationssysteme im Betriebsablauf

Modul 6. Verwaltung von Informationssystemen

6.1. Verwaltung von Informationssystemen
6.1.1. Unternehmensinformationssysteme
6.1.2. Strategische Entscheidungen
6.1.3. Rolle des CIO

6.2. Informationstechnologie und Unternehmensstrategie
6.2.1. Unternehmens und Branchenanalyse
6.2.2. Internetbasierte Geschäftsmodelle
6.2.3. Der Wert der IT im Unternehmen

6.3. Strategische IS-Planung
6.3.1. Der strategische Planungsprozess
6.3.2. Formulierung der IS-Strategie
6.3.3. Plan zur Umsetzung der Strategie

6.4. Informationssysteme und *Business Intelligence*
6.4.1. CRM und *Business Intelligence*
6.4.2. *Business Intelligence* Projektmanagement
6.4.3. *Business Intelligence* Architektur

6.5. Neue IKT-basierte Geschäftsmodelle
6.5.1. Technologiebasierte Geschäftsmodelle
6.5.2. Fähigkeiten zur Innovation
6.5.3. Neugestaltung der Prozesse in der Wertschöpfungskette

6.6. Elektronischer Geschäftsverkehr
6.6.1. Strategieplan für elektronischen Geschäftsverkehr
6.6.2. Logistikmanagement und Kundendienst im elektronischen Handel
6.6.3. *E-Commerce* als Potential für die Internationalisierung

6.7. E-Business-Strategien
6.7.1. Strategien für *Social Media*
6.7.2. Optimierung des Kundendienstes und der Supportkanäle
6.7.3. Digitale Regulierung

6.8. *Digital Business*
6.8.1. Mobiler *e-Commerce*
6.8.2. Design und Benutzerfreundlichkeit
6.8.3. E-Commerce-Aktivitäten

Modul 7. Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation

7.1. Kaufmännisches Management
7.1.1. Vertriebsmanagement
7.1.2. Kommerzielle Strategie
7.1.3. Verkaufs- und Verhandlungstechniken
7.1.4. Leitung des Verkaufsteams

7.2. Marketing
7.2.1. Marketing und seine Auswirkungen auf das Unternehmen
7.2.2. Grundlegende Marketingvariablen
7.2.3. Marketingplan

7.3. Strategisches Marketingmanagement
7.3.1. Aktuelle Trends im Marketing
7.3.2. Marketinginstrumente
7.3.3. Marketingstrategie und Kundenkommunikation

7.4. Digitale Marketingstrategie
7.4.1. Ansatz für digitales Marketing
7.4.2. Digitale Marketingstrategie
7.4.3. *Inbound Marketing* und die Entwicklung des digitalen Marketings

7.5. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie
7.5.1. Positionierung und Förderung
7.5.2. Öffentlichkeitsarbeit
7.5.3. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie

7.6. Unternehmenskommunikation
7.6.1. Interne und externe Kommunikation
7.6.2. Abteilungen für Kommunikation
7.6.3. Kommunikationsmanager (DIRCOM): Managementkompetenzen und Verantwortlichkeiten

7.7. Strategie der Unternehmenskommunikation
7.7.1. Strategie der Unternehmenskommunikation
7.7.2. Kommunikationsplan
7.7.3. Pressemitteilung/Clipping/Werbung schreiben

Modul 8. Innovation und Projektleitung

8.1. Innovation
8.1.1. Makrokonzept der Innovation
8.1.2. Typologien der Innovation
8.1.3. Kontinuierliche und diskontinuierliche Innovation
8.1.4. Schulung und Innovation

8.2. Innovationsstrategie
8.2.1. Innovation und Unternehmensstrategie
8.2.2. Globales Innovationsprojekt: Konzeption und Management
8.2.3. Innovations-Workshops

8.3. Entwurf und Validierung des Geschäftsmodells
8.3.1. *Lean-Startup*-Methodik
8.3.2. Innovative Unternehmensinitiative: Phasen
8.3.3. Modalitäten der Finanzierung
8.3.4. Instrumente des Modells: Empathiekarte, *Canvas*-Modell und Metriken
8.3.5. Wachstum und Loyalität

8.4. Projektleitung und -management
8.4.1. Innovationsmöglichkeiten
8.4.2. Durchführbarkeitsstudie und Konkretisierung der Vorschläge
8.4.3. Definition und Konzeption von Projekten
8.4.4. Durchführung des Projekts
8.4.5. Abschluss des Projekts

Modul 9. Kulturjournalismus

9.1. Kulturjournalismus in den herkömmlichen Maßnahmen und seine Integration in die digitale Welt

9.1.1. Einleitung: Der Begriff der Kultur
9.1.2. Die kulturelle Berichterstattung der Kunst
9.1.3. Kulturelle Informationen über die darstellenden Künste
9.1.4. Kulturelle Informationen über das Kino
9.1.5. Kulturelle Informationen über Musik
9.1.6. Kulturelle Informationen über Bücher

9.2. Die Kunst des Geschichtenerzählens

9.2.1. Einführung
9.2.2. Die Ursprünge der kulturellen Information in der Presse
9.2.3. Die Ursprünge der kulturellen Information im Radio
9.2.4. Die Ursprünge der kulturellen Information im Fernsehen

9.3. Unverzichtbare Leitfäden für die kulturjournalistische Dokumentation

9.3.1. Einführung
9.3.2. Allgemeine Überlegungen
9.3.3. Interessante Faktoren und Bewertungskriterien für die Ausarbeitung von kulturellen Informationen

9.4. Die 3.0 Philosophie der Kommunikation

9.4.1. Einführung
9.4.2. Allgemeine Quellen für kulturelle Informationen
9.4.3. Spezifische Quellen für audiovisuelle Informationen über Kultur

9.5. Medienmanagement und soziale Netzwerke

9.5.1. Einführung
9.5.2. Nachrichten
9.5.3. Vorstellungsgespräch
9.5.4. Chronisch
9.5.5. Reportage

9.6. Interaktive journalistische Inhalte

9.6.1. Einführung
9.6.2. Kulturelle Informationen in der Presse
9.6.3. Kulturelle Informationen im Radio
9.6.4. Kulturelle Informationen im Fernsehen

9.7. Paradigmen der Kommunikation

9.7.1. Einführung
9.7.2. Kultur und das Internet
9.7.3. Vorteile der Kultur

9.8. Web-Positionierung: SEO, SEM, SMO, SMM, SERM. Spezialisierte journalistische Inhalte

9.8.1. Einführung
9.8.2. Kulturelles Marketing
9.8.3. Wie wird das kulturelle Marketing realisiert?

9.9. Analyse der Kultur

9.9.1. Einführung
9.9.2. Theoretischer und methodischer Ansatz zur Kultur
9.9.3. Kultur, Kommunikation und Bedeutung
9.9.4. Kultur und Imaginationen

9.10. Cyberkultur und digitaler Journalismus für kulturelle Inhalte

9.10.1. Einführung
9.10.2. Definition von Cyberkultur
9.10.3. Digitaler Journalismus für kulturelle Inhalte
9.10.4. Wichtige Aspekte des digitalen Journalismus für kulturelle Inhalte

Modul 10. Theorie und Technik der Produktion

10.1. Produktion als Aufbau des audiovisuellen Werks. Das Projektteam
10.1.1. Vom literarischen Drehbuch bis zum technischen Skript oder Ablaufplan
10.1.2. Das Projektteam

10.2. Die Elemente der Inszenierung. Die Materialien der Konstruktion
10.2.1. Räumliche Vorabanpassung. Künstlerische Leitung
10.2.2. Die Elemente der Inszenierung

10.3. Vorproduktion. Die Produktionsunterlagen
10.3.1. Das technische Drehbuch
10.3.2. Der szenografische Plan
10.3.3. Das *Storyboard*
10.3.4. Planung
10.3.5. Der Drehplan

10.4. Der ausdrucksstarke Wert des Klangs
10.4.1. Typologie der Klangelemente
10.4.2. Konstruktion des Klangraums

10.5. Der ausdrucksstarke Wert des Lichts
10.5.1. Ausdrucksstarker Wert des Lichts
10.5.2. Grundlegende Beleuchtungstechniken

10.6. Grundlegende Aufnahmetechniken mit einer einzigen Kamera
10.6.1. Einsatzmöglichkeiten und Techniken von Aufnahmen mit einer einzigen Kamera
10.6.2. Das Subgenre des *Found Footage*. Spielfilme und Dokumentarfilme
10.6.3. Filmen mit einer einzigen Kamera im Fernsehen

10.7. Die Montage
10.7.1. Die Montage als Assemblage. Die Rekonstruktion der Raum-Zeit
10.7.2. Nicht-lineare Montagetechniken

10.8. Postproduktion und Farbkorrektur
10.8.1. Postproduktion
10.8.2. Vertikales Montagekonzept
10.8.3. Farbkorrektur

10.9. Formate und Produktionsmittel
10.9.1. Multi-Kamera-Formate
10.9.2. Das Studio und die Ausrüstung

10.10. Wichtige Aspekte, Techniken und Routinen bei der Produktion mit mehreren Kameras
10.10.1. Multi-Kamera-Techniken
10.10.2. Einige gängige Formate

Modul 11. Struktur des audiovisuellen Systems

11.1. Eine Einführung in die Kulturindustrie
11.1.1. Konzepte der Kultur. Kultur-Kommunikation
11.1.2. Theorie und Entwicklung der Kulturindustrie: Typologie und Modelle

11.2. Filmindustrie I
11.2.1. Merkmale und Hauptakteure
11.2.2. Aufbau des Filmsystems

11.3. Filmindustrie II
11.3.1. Die US-Filmindustrie
11.3.2. Unabhängige Produktionsfirmen
11.3.3. Probleme und Debatten in der Filmindustrie

11.4. Filmindustrie III
11.4.1. Filmregulierung: Staat und Kultur. Politiken zum Schutz und zur Förderung des Filmschaffens
11.4.2. Fallstudie

11.5. Fernsehindustrie I
11.5.1. Wirtschaftsfernsehen
11.5.2. Gründungsmodelle
11.5.3. Verwandlungen

11.6. Fernsehindustrie II
11.6.1. Die amerikanische Fernsehindustrie
11.6.2. Wichtigste Merkmale
11.6.3. Staatliche Regulierung

11.7. Fernsehindustrie III
11.7.1. Öffentlich-rechtliches Fernsehen in Europa
11.7.2. Krisen und Debatten

11.8. Die Schlüsselelemente der Veränderung
11.8.1. Neue Prozesse im audiovisuellen Sektor
11.8.2. Regulierungsdebatten

11.9. Digitales terrestrisches Fernsehen
11.9.1. Die Rolle des Staates und die Erfahrungen
11.9.2. Die neuen Merkmale des Fernsehsystems

11.10. Neue Akteure in der audiovisuellen Landschaft
11.10.1. Plattformen für *Over-the-top* (OTT)-Dienste
11.10.2. Die Folgen ihres Auftauchens

Modul 12. Audiovisuelle Produktion

12.1. Audiovisuelle Produktion
12.1.1. Einleitende Konzepte
12.1.2. Die audiovisuelle Industrie

12.2. Das Produktionsteam
12.2.1. Die Profis
12.2.2. Der Produzent und das Drehbuch

12.3. Das audiovisuelle Projekt
12.3.1. Projektleitung
12.3.2. Bewertung des Projekts
12.3.3. Präsentation des Projekts

12.4. Produktions- und Finanzierungsmodalitäten
12.4.1. Finanzierung der audiovisuellen Produktion
12.4.2. Modalitäten der audiovisuellen Produktion
12.4.3. Ressourcen für Vorfinanzierungen

12.5. Das Produktionsteam und die Aufschlüsselung des Drehbuchs
12.5.1. Das Produktionsteam
12.5.2. Die Aufschlüsselung des Drehbuchs

12.6. Die Drehorte
12.6.1. Die Standorte
12.6.2. Die Sets

12.7. Besetzung und Verträge für Dreharbeiten
12.7.1. Die Besetzung oder *Casting*
12.7.2. Das Auswahlverfahren des *Castings*
12.7.3. Verträge, Rechte und Versicherungen

12.8. Der Arbeitsplan und das Budget für das audiovisuelle Werk
12.8.1. Der Arbeitsplan
12.8.2. Das Budget

12.9. Produktion bei Dreharbeiten oder Aufnahmen
12.9.1. Vorbereitungen für den Dreh
12.9.2. Die Ausrüstung und die Mittel zum Filmen

12.10. Postproduktion und die endgültige Bilanz des audiovisuellen Werks
12.10.1. Schnitt und Postproduktion
12.10.2. Endgültige Bilanz und Verwertung

Modul 13. Produktion von Fiktion und die Regie von Schauspielern

13.1. Die Entstehung von Fiktion
13.1.1. Einführung
13.1.2. Der Prozess und seine Werkzeuge

13.2. Die Optik und die Kamera
13.2.1. Objektive und Rahmung
13.2.2. Bewegung der Kamera
13.2.3. Kontinuität

13.3. Licht und Farbe: theoretische Aspekte
13.3.1. Ausstellung
13.3.2. Farbtheorie

13.4. Beleuchtung beim Film
13.4.1. Instrumente
13.4.2. Beleuchtung als Erzählung

13.5. Farbe und Optik
13.5.1. Farbkontrolle
13.5.2. Optik
13.5.3. Bildkontrolle

13.6. Die Arbeit am Set
13.6.1. Die Shotlist
13.6.2. Das Team und seine Aufgaben

13.7. Technische Fragen der Filmregie
13.7.1. Technische Ressourcen

13.8. Die Vision der Regisseure
13.8.1. Die Regisseure ergreifen das Wort

13.9. Digitale Transformationen
13.9.1. Analog-digitale Transformationen in der Filmfotografie
13.9.2. Die Herrschaft der digitalen Postproduktion

13.10. Anleitung der Schauspieler
13.10.1. Einführung
13.10.2. Wichtigste Methoden und Techniken
13.10.3. Arbeit mit Schauspielern

Modul 14. Kulturindustrien und neue Geschäftsmodelle in der Kommunikation

14.1. Die Konzepte von Kultur, Wirtschaft, Kommunikation, Technologie, Kulturindustrie
14.1.1. Kultur, Wirtschaft, Kommunikation
14.1.2. Kulturelle Industrien

14.2. Technologie, Kommunikation und Kultur
14.2.1. Kommerzialisierte Handwerkskultur
14.2.2. Von der Live-Performance bis zur bildenden Kunst
14.2.3. Museen und Kulturerbe

14.3. Die wichtigsten Sektoren der Kulturwirtschaft
14.3.1. Publishing-Produkte
14.3.2. Der Fluss der Kulturindustrie
14.3.3. Hybride Modelle

14.4. Das digitale Zeitalter in der Kulturindustrie
14.4.1. Digitale Kulturwirtschaft
14.4.2. Neue Modelle im digitalen Zeitalter

14.5. Digitale Medien und Medien im digitalen Zeitalter
14.5.1. Das Online-Pressegeschäft
14.5.2. Radio in der digitalen Umgebung
14.5.3. Die Besonderheiten der Medien im digitalen Zeitalter

14.6. Globalisierung und Diversität in der Kultur
14.6.1. Konzentration, Internationalisierung und Globalisierung der Kulturwirtschaft
14.6.2. Der Kampf um kulturelle Vielfalt

14.7. Kulturpolitische Maßnahmen und Zusammenarbeit
14.7.1. Kulturpolitische Maßnahmen
14.7.2. Die Rolle der Bundesländer und Regionen der Staaten

14.8. Musikalische Vielfalt in der Cloud
14.8.1. Der Musiksektor heute
14.8.2. Die Cloud
14.8.3. Lateinamerikanische Initiativen

14.9. Diversität in der audiovisuellen Industrie
14.9.1. Vom Pluralismus zur Vielfalt
14.9.2. Diversität, Kultur und Kommunikation
14.9.3. Schlussfolgerungen und Vorschläge

14.10. Audiovisuelle Vielfalt im Internet
14.10.1. Das audiovisuelle System im Internetzeitalter
14.10.2. Fernsehangebot und Vielfalt
14.10.3. Schlussfolgerungen

Modul 15. Verwaltung und Förderung von audiovisuellen Produkten

15.1. Audiovisueller Vertrieb
15.1.1. Einführung
15.1.2. Die Akteure im Vertrieb
15.1.3. Die Produkte der Vermarktung
15.1.4. Die Bereiche des audiovisuellen Vertriebs
15.1.5. Nationaler Vertrieb
15.1.6. Internationaler Vertrieb

15.2. Das Vertriebsunternehmen
15.2.1. Die Organisationsstruktur
15.2.2. Aushandlung des Vertriebsvertrags
15.2.3. Internationale Kunden

15.3. Nutzungszeiträume, Verträge und internationale Verkäufe
15.3.1. Nutzungszeiträume
15.3.2. Internationale Vertriebsverträge
15.3.3. Internationale Verkäufe

15.4. Film Marketing
15.4.1. Marketing im Kino
15.4.2. Die Wertschöpfungskette der Filmproduktion
15.4.3. Die Werbeträger im Dienste der Promotion
15.4.4. Tools für die Markteinführung

15.5. Marktforschung im Kino
15.5.1. Einführung
15.5.2. Vorproduktionsphase
15.5.3. Postproduktionsphase
15.5.4. Phase der Kommerzialisierung

15.6. Soziale Netzwerke und Filmpromotion
15.6.1. Einführung
15.6.2. Versprechen und Grenzen der sozialen Netzwerke
15.6.3. Zielsetzungen und ihre Messung
15.6.4. Werbekalender und Strategien
15.6.5. Interpretieren, was die Netzwerke sagen

15.7. Audiovisueller Vertrieb im Internet I
15.7.1. Die neue Welt des audiovisuellen Vertriebs
15.7.2. Die Prozess des Vertriebs im Internet
15.7.3. Produkte und Möglichkeiten in dem neuen Szenario
15.7.4. Neue Vertriebswege

15.8. Audiovisueller Vertrieb im Internet II
15.8.1. Die wichtigsten Aspekte des neuen Szenarios
15.8.2. Die Gefahren des Internetvertriebs
15.8.3. Video *On Demand* (VOD) als neuer Vertriebskanal

15.9. Neue Bereiche für den Vertrieb
15.9.1. Einführung
15.9.2. Die Revolution *Netflix*

15.10. Filmfestivals
15.10.1. Einführung
15.10.2. Die Rolle von Filmfestivals bei Vertrieb und Vorführung

Modul 16. Genres, Formate und Fernsehprogramme

16.1. Genre im Fernsehen
16.1.1. Einführung
16.1.2. Fernsehgenres

16.2. Fernsehformat
16.2.1. Annäherung an das Konzept des Formats
16.2.2. Fernsehformate

16.3. Fernsehen schaffen
16.3.1. Der kreative Prozess in der Unterhaltung
16.3.2. Der kreative Prozess in der Fiktion

16.4. Entwicklung der Formate auf dem aktuellen internationalen Markt I
16.4.1. Konsolidierung der Formate
16.4.2. Das Reality-TV-Format
16.4.3. Neuigkeiten im *Reality-TV*
16.4.4. Digitales terrestrisches Fernsehen und die Finanzkrise

16.5. Entwicklung der Formate auf dem aktuellen internationalen Markt II
16.5.1. Aufstrebende Märkte
16.5.2. Globale Marken
16.5.3. Das Fernsehen erfindet sich neu
16.5.4. Das Zeitalter der Globalisierung

16.6. Das Format verkaufen. Das *Pitching*
16.6.1. Ein Fernsehformat verkaufen
16.6.2. Das *Pitching*

16.7. Einführung in die Fernsehprogrammierung
16.7.1. Die Rolle der Programmierung
16.7.2. Faktoren, die die Programmierung beeinflussen

16.8. Modelle der Fernsehprogrammierung
16.8.1. Vereinigte Staaten und Vereinigtes Königreich
16.8.2. Spanien

16.9. Die professionelle Praxis der Fernsehprogrammierung
16.9.1. Die Programmierabteilung
16.9.2. Programmierung für das Fernsehen

16.10. Publikumsforschung
16.10.1. Publikumsforschung im Fernsehen
16.10.2. Zuschauerkonzepte und Ratings

Modul 17. Das audiovisuelle Publikum

17.1. Publikum in den audiovisuellen Medien
17.1.1. Einführung
17.1.2. Die Zusammensetzung des Publikums

17.2. Das Studium der Zuschauer: die Traditionen I
17.2.1. Theorie der Auswirkungen
17.2.2. Nutzen- und Belohnungsansatz
17.2.3. Kulturstudien

17.3. Das Studium der Zuschauer: die Traditionen II
17.3.1. Studien zum Empfang
17.3.2. Publikum für humanistische Studien

17.4. Publikum aus wirtschaftlicher Sicht
17.4.1. Einführung
17.4.2. Messung des Publikums

17.5. Rezeptionsästhetik
17.5.1. Einführung in die Rezeptionsästhetik
17.5.2. Historischer Ansatz in der Rezeptionsästhetik

17.6. Publikum in der digitalen Welt
17.6.1. Digitale Umgebung
17.6.2. Kommunikation und Konvergenzkultur
17.6.3. Die aktive Natur des Publikums
17.6.4. Interaktivität und Beteiligung
17.6.5. Die Transnationalität des Publikums
17.6.6. Die Autonomie des Publikums

17.7. Zuschauer: die wichtigsten Fragen I
17.7.1. Einführung
17.7.2. Wer sind sie?
17.7.3. Warum konsumieren sie?

17.8. Zuschauer: die wichtigsten Fragen II
17.8.1. Was konsumieren sie?
17.8.2. Wie konsumieren sie?
17.8.3. Mit welchen Auswirkungen?

17.9. Das *Engagement*-Modell I
17.9.1. Engagement als eine Metadimension des Publikumsverhaltens
17.9.2. Die komplexe Bewertung von *Engagement*

17.10. Das *Engagement*-Modell II
17.10.1. Einführung. Die Dimensionen des *Engagement*
17.10.2. Das *Engagement* und Benutzererfahrungen
17.10.3. *Engagement* als emotionale Reaktion des Publikums
17.10.4. *Engagement* als Ergebnis der menschlichen Wahrnehmung
17.10.5. Beobachtbare Verhaltensweisen des Publikums als Ausdruck von *Engagement*

Modul 18. Fernsehdrehbuch: Programme und Fiktion

18.1. Erzählung im Fernsehen
18.1.1. Konzepte und Grenzen
18.1.2. Codes und Strukturen

18.2. Narrative Kategorien im Fernsehen
18.2.1. Die Situation
18.2.2. Personen
18.2.3. Aktionen und Transformationen
18.2.4. Der Raum
18.2.5. Zeit

18.3. Genres und Formate des Fernsehens
18.3.1. Erzählende Einheiten
18.3.2. Genres und Formate des Fernsehens

18.4. Fiktionale Formate
18.4.1. Fiktion im Fernsehen
18.4.2. Sitcoms
18.4.3. Drama-Serie
18.4.4. Die Seifenoper
18.4.5. Andere Formate

18.5. Das Drehbuch für Fernsehfilme
18.5.1. Einführung
18.5.2. Die Technik

18.6. Drama im Fernsehen
18.6.1. Die Dramaserie
18.6.2. Die Seifenoper

18.7. Comedyserie
18.7.1. Einführung
18.7.2. Die Sitcom

18.8. Das Unterhaltungsdrehbuch
18.8.1. Das Skript Schritt für Schritt
18.8.2. Schreiben um zu sagen

18.9. Verfassen des Unterhaltungsdrehbuchs
18.9.1. Drehbuch-Besprechung
18.9.2. Technisches Drehbuch
18.9.3. Aufschlüsselung der Produktion
18.9.4. Der Überblick

18.10. Drehbuchentwurf für Unterhaltungssendungen
18.10.1. Magazin
18.10.2. Humorprogramm
18.10.3. *Talentshow*
18.10.4. Dokumentarfilm
18.10.5. Andere Formate

07

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"

Die TECH Wirtschaftsschule verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren

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"

Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.

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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. 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 geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

> *Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen"*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie 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

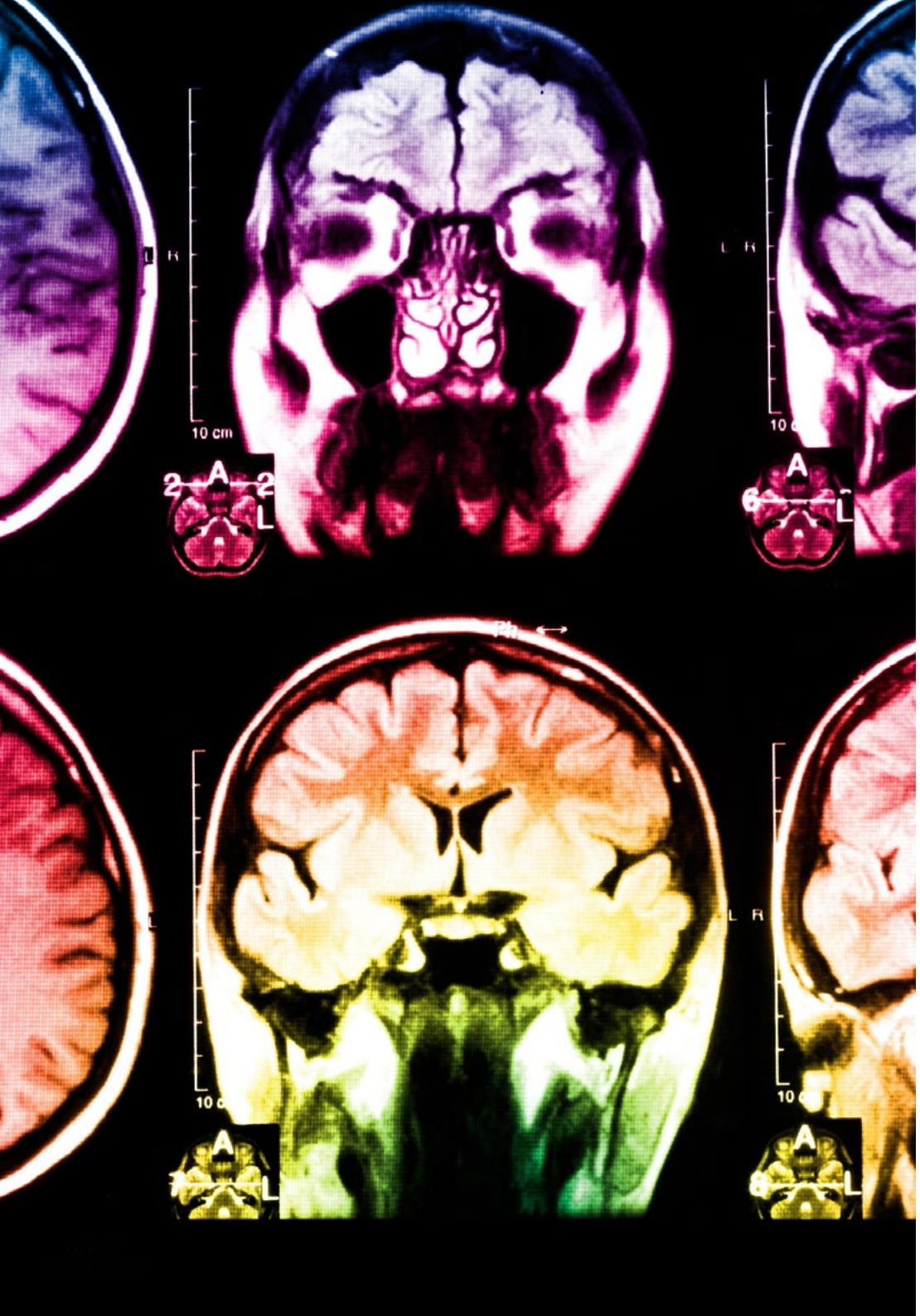
TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

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 Wirtschaftsschule ist die einzige spanischsprachige Schule, 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 Ihr 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.

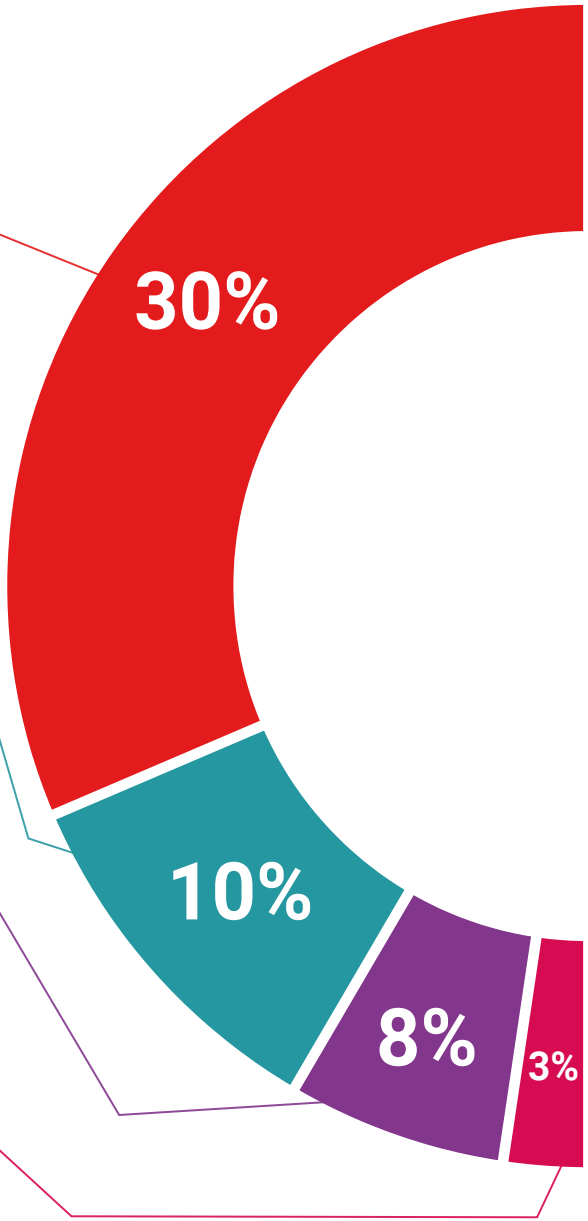
Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.

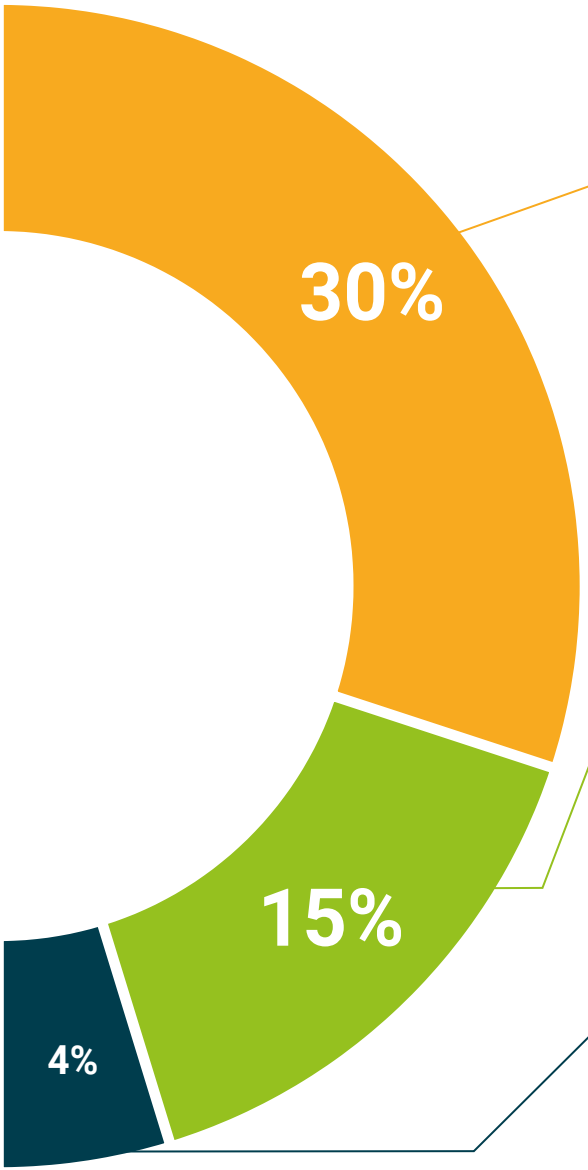
Praxis der Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter 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. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.

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.

08

Profil unserer Studenten

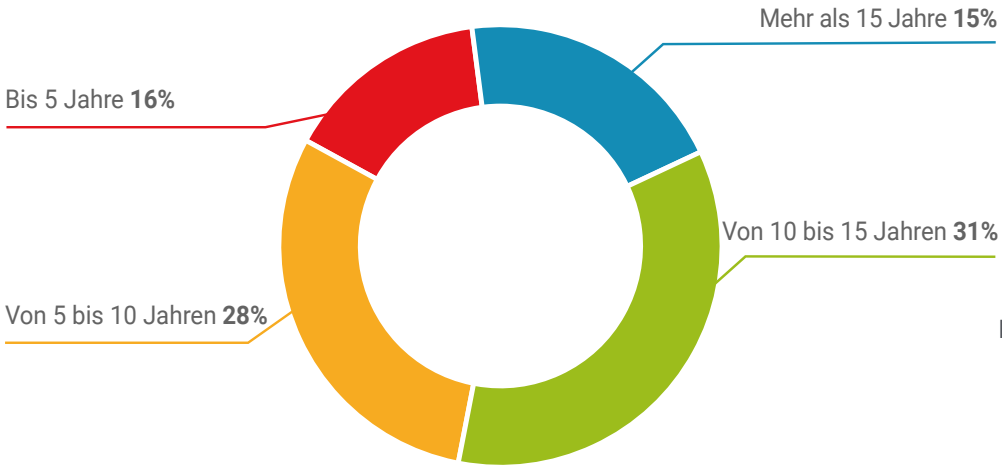
Das Profil der Studenten der TECH Technologischen Universität ist das von Fachleuten mit umfassender Ausbildung und Erfahrung, die wissen, wie wichtig es ist, ihr Studium während des Berufslebens fortzusetzen. In diesem speziellen Fall handelt es sich um Fachleute mit Vorkenntnissen in Unternehmensführung, die ihr Tätigkeitsfeld auf die audiovisuelle Industrie ausdehnen wollen, und sie werden dies durch einen hochwertigen Lehrplan erreichen.

Dieses Programm richtet sich an Personen, die ihre Beschäftigungsfähigkeit dank erstklassiger Lehrpläne verbessern möchten"

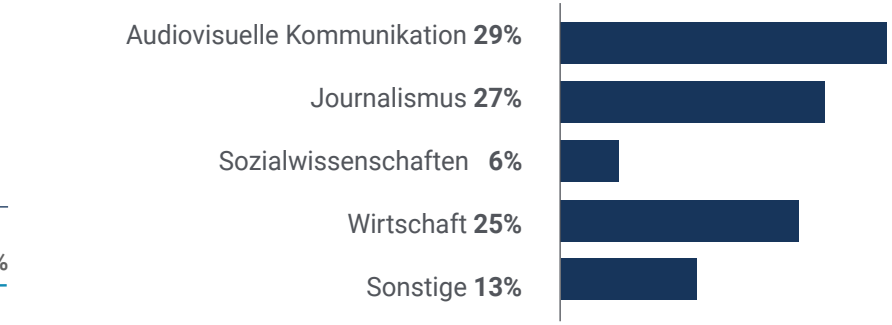
Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

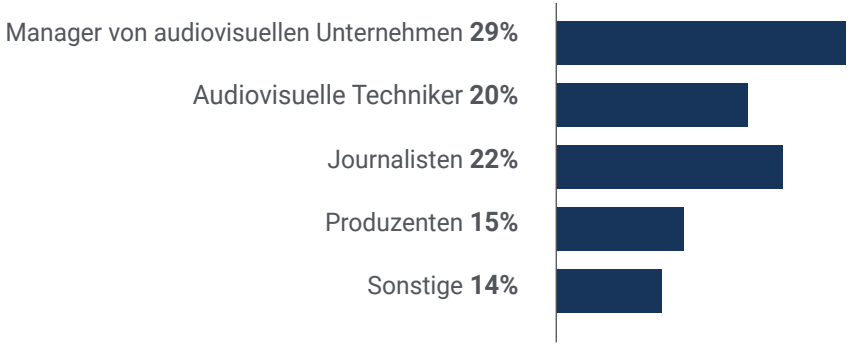
Jahre der Erfahrung



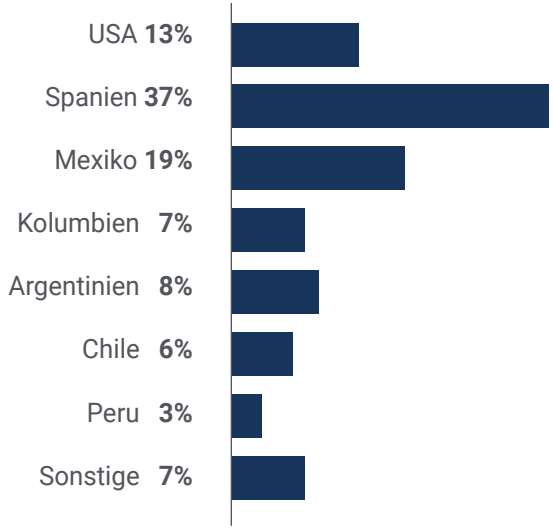
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Martín Rodríguez

Direktor eines audiovisuellen Unternehmens

"Dieses Programm hat es mir ermöglicht, mich in einem Sektor zurechtzufinden, der derzeit sehr aktuell ist und in den ich schon seit einiger Zeit einsteigen wollte. Glücklicherweise hat mir das Wissen, das ich bei diesem Weiterbildenden Masterstudiengang erworben habe, den nötigen Anstoß gegeben, mein eigenes Unternehmen zu gründen. Ein Schritt, den ich ohne TECH nicht getan hätte"

09

Kursleitung

Die Lehrkräfte, die für die Ausarbeitung dieses Weiterbildenden Masterstudiengangs verantwortlich sind, wurden von TECH sorgfältig ausgewählt, da sie über hohe Kapazitäten in den Bereichen Regie, Management und Führung in der Welt der audiovisuellen Industrie verfügen. Die Studenten werden Zugang zu Inhalten haben, die von Fachleuten mit umfassender Erfahrung in diesem Sektor erstellt wurden, die außerdem die effektivsten Geheimnisse und Arbeitsmethoden weitergeben, um mit den bestmöglichen Kompetenzen die Spitze des audiovisuellen Managements zu erreichen.

Profitieren Sie von den Kenntnissen und der umfangreichen Berufserfahrung eines vielseitigen und multidisziplinären Lehrkörpers in der Welt der audiovisuellen Industrie"

Internationaler Gastdirektor

Amirah Cissé, die von Women We Admire für ihre Führungsrolle im Nachrichtenbereich ausgezeichnet wurde, ist eine angesehene Expertin für **audiovisuelle Kommunikation.** Sie hat den größten Teil ihrer beruflichen Karriere mit der Leitung internationaler Projekte für renommierte Marken verbracht, die auf den innovativsten **Marketingstrategien** basieren.

In diesem Sinne haben ihr strategisches Fachwissen und ihre Fähigkeit, neue Technologien auf avantgardistische Weise in multimediale Inhalte zu integrieren, es ihr ermöglicht, an renommierten Institutionen auf globaler Ebene mitzuwirken. Zum Beispiel Google, **NBCUniversal** oder **Frederator Networks** in New York. Der Schwerpunkt ihrer Arbeit lag auf der Entwicklung von Kommunikationskampagnen für verschiedene Unternehmen, die hochkreative **audiovisuelle Inhalte** hervorbringen, die das Publikum emotional ansprechen. Auf diese Weise konnten mehrere Unternehmen ihre Kunden über einen langen Zeitraum hinweg an sich binden, ihre Marktpräsenz stärken und ihre langfristige Nachhaltigkeit sichern.

Ihre umfangreiche Berufserfahrung reicht von der **Produktion von Fernsehprogrammen** über die Entwicklung ausgefeilter **Marketingtechniken** bis hin zur Verwaltung visueller Inhalte in den wichtigsten sozialen **Netzwerken**. Gleichzeitig gilt sie als echte **Strategin** , die für ihre Kunden kulturell relevante Möglichkeiten aufspürt. Dabei hat sie Taktiken entwickelt, die sowohl auf die Erwartungen als auch auf die Bedürfnisse des Publikums abgestimmt sind und es Organisationen ermöglichen, kosteneffiziente Lösungen umzusetzen.

Da sie sich der Förderung der audiovisuellen Industrie und der Exzellenz in ihrer täglichen Praxis verschrieben hat, kombiniert sie diese **Funktionen** mit ihrer Rolle als Forscherin. Sie hat mehrere wissenschaftliche Artikel verfasst, die sich auf neu entstehende Bereiche wie die Dynamik des **Nutzerverhaltens** im Internet, die Auswirkungen von **eSports** auf den Unterhaltungsbereich und sogar die neuesten Entwicklungen zur Steigerung der **Kreativität** spezialisiert haben.

Fr. Cissé, Amirah

- Direktorin für globale Kundenstrategie, NBCUniversal, New York, USA
- Strategieexpertin bei Horizon Media, New York, NY
- Managerin für Engagement bei Google, Kalifornien
- Kulturstrategin bei Spaks & honey, New York, USA
- Kundenbetreuerin bei Reelio, New York
- Kundenbetreuerin bei der Jun Group, New York
- Spezialist für Inhaltsstrategien bei Frederator Networks, New York
- Forschungsstipendiat bei der Genealogischen und Biographischen Gesellschaft von New York
- Akademisches Praktikum in Soziologie und Anthropologie an der Kanda Gaigo Universität
- Hochschulabschluss in Soziologie am Williams College
- Zertifizierung in: Führungskräftetraining & Executive Coaching, Marketingforschung

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

Leitung

Hr. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- Leiter des Bereichs International / Recht bei Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.U.
- Legal manager bei Avalon Biz Consulting
- Rgpd-Ausbilder der ESFOCC (Höhere Schule für Ausbildung und Fortbildung der Kanarischen Inseln)
- Rechtsberater bei Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.U.
- Hochschulabschluss in Jura an der Universität von La Laguna
- Experte in Arbeitsmanagement von der Europäischen Schule für Unternehmensführung. Madrid
- Universitätskurs in Wissensmanagement für Unternehmen an der Universität Rey Juan Carlos
- MBA in Business Administration and Management - Europäische Universität der Kanarischen Inseln

Professoren

Hr. González, Alexis

- Finanzdirektor der Bank Cajasiete auf Teneriffa, Kanarische Inseln
- Mitgründer des Stock Market Investment Club der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
- Hochschulabschluss in Unternehmensführung und Verwaltung an der Universität von Las Palmas de Gran Canaria
- Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre an der Universität von Las Palmas de Gran Canaria
- Masterstudiengang in Steuerwesen und Steuerberatung des Zentrums für Finanzstudien in Zusammenarbeit mit dem Spanischen Verband der Steuerberater
- Executive Master in Finanzmanagement und fortgeschrittene Finanzen vom Höheren Institut für Banktechniken und -praktiken
- Experte in Finanzplanung und Managementkontrolle im Bankwesen von AFI (Internationale Finanzanalysten)
- Experte in Entwicklung von Führungskräften im Portfoliomanagement für internationale Finanzanalysten

OCATION

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Dieses Programm von TECH ist absolut unverzichtbar für alle Geschäftsleute, die ihre Karriere umkrempeln wollen, indem sie sich in einem komplexen und hochintensiven Bereich wie dem der audiovisuellen Unternehmen spezialisieren. Ein Weiterbildender Masterstudiengang, der die wichtigsten Aspekte in diesem Bereich umfasst und der ein Qualitätsplus im Lebenslauf der Studenten darstellt. Zweifellos die Gelegenheit, auf die sie gewartet haben, um ihre Karriere zu verbessern.

Dank dieses Programms werden Sie lernen, wie man erfolgreich audiovisuelle Unternehmen managt"

Wenn Sie Ihren Beruf positiv verändern wollen, sollten Sie sich die Gelegenheit nicht entgehen lassen, sich bei TECH zu spezialisieren.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

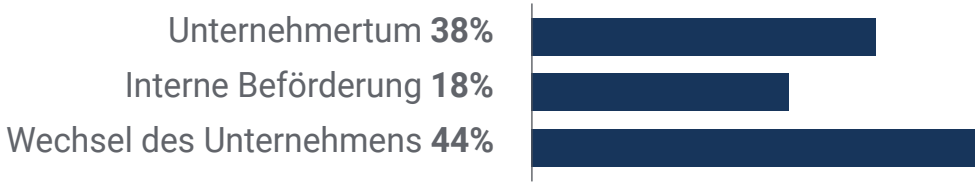
Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf nationaler und internationaler Ebene zu treffen. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Ihnen zum Erfolg zu verhelfen.

Wer sich also verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten möchte, wird bei TECH seinen Platz finden.

Ein großer Prozentsatz unserer Studenten hat nach dem Studium bei uns Erfolg auf dem Arbeitsmarkt.

Zeit für Veränderungen

Art der Änderung



Verbesserung der Gehälter

Der Abschluss dieses Programms führt zu einer Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%** für unsere Auszubildenden.

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Dieses Programm von TECH wurde mit Blick auf die Fortbildungsbedürfnisse von Geschäftsleuten in der Führungsebene audiovisueller Unternehmen entwickelt, aber auch mit Blick darauf, was die Studenten in den Unternehmen, in denen sie arbeiten, beitragen können. Es ist also nicht nur ein Wettbewerbsvorteil für die Studenten selbst, der sie beschäftigungsfähiger macht, sondern auch für die Unternehmen, in die sie ihre Fähigkeiten und ihr Wissen einbringen können.

Verleihen Sie den audiovisuellen Unternehmen, in denen Sie arbeiten, ein neues, moderneres und wettbewerbsfähigeres Managementmodell"

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Der Manager bringt neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen ein, die relevante Veränderungen in der Organisation bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Führungskraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Der Manager wird in der Lage sein, in Zeiten der Ungewissheit und der Krise Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.

05

Entwicklung Ihrer eigenen Projekte

Die Führungskräfte werden an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich der Forschung und Entwicklung oder der Geschäftsentwicklung ihres Unternehmens entwickeln können.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieser Weiterbildende Masterstudiengang wird die Studenten mit den notwendigen Fähigkeiten ausstatten, um neue Herausforderungen anzunehmen und so die Organisation voranzubringen.

11

Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie 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 **Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie** 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: **Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **3.000 Std.**

tech technologische universität

Verleiht dieses

DIPLOM

an

Herr/Frau _____, mit Ausweis-Nr. _____

Für den erfolgreichen Abschluss und die Akkreditierung des Programms

WEITERBILDENDER MASTERSTUDIENGANG

in

Senior Management der Audiovisuellen Industrie

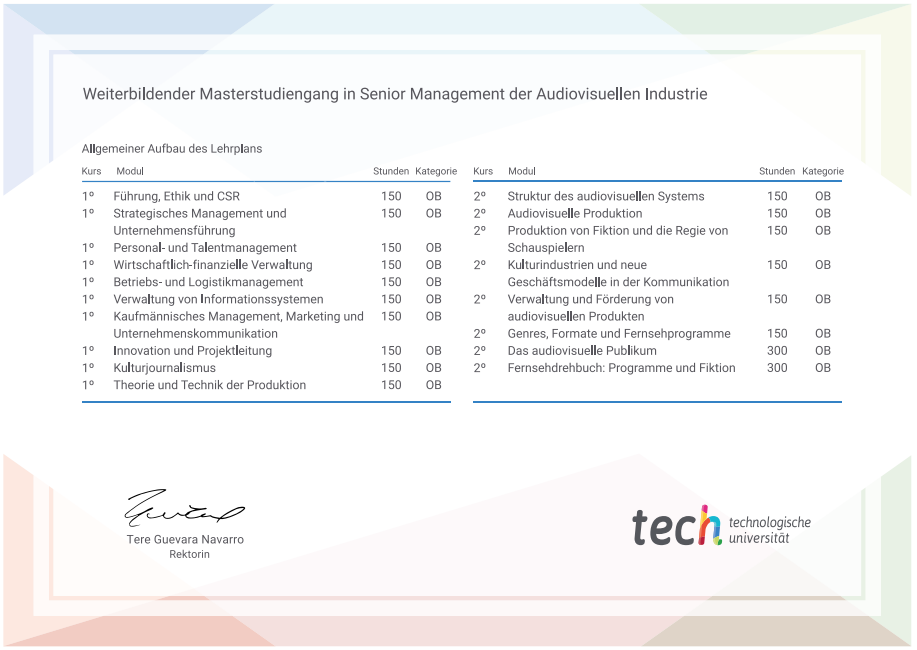
Es handelt sich um einen von dieser Universität verliehenen Abschluss, mit einer Dauer von 3.000 Stunden, mit Anfangsdatum tt/mm/jjjj und Enddatum tt/mm/jjjj.

TECH ist eine private Hochschuleinrichtung, die seit dem 28. Juni 2018 vom Ministerium für öffentliche Bildung anerkannt ist.

Zum 17. Juni 2020

Tere Guevara Navarro
Rektorin

einzigartiger Code TECH: AFWOR23S techtitute.com/titel


Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management der Audiovisuellen Industrie

Allgemeiner Aufbau des Lehrplans

Kurs	Modul	Stunden	Kategorie
1°	Führung, Ethik und CSR	150	OB
1°	Strategisches Management und Unternehmensführung	150	OB
1°	Personal- und Talentmanagement	150	OB
1°	Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung	150	OB
1°	Betriebs- und Logistikmanagement	150	OB
1°	Verwaltung von Informationssystemen	150	OB
1°	Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation	150	OB
1°	Innovation und Projektleitung	150	OB
1°	Kulturjournalismus	150	OB
1°	Theorie und Technik der Produktion	150	OB
2°	Struktur des audiovisuellen Systems	150	OB
2°	Audiovisuelle Produktion	150	OB
2°	Produktion von Fiktion und die Regie von Schauspielern	150	OB
2°	Kulturindustrien und neue Geschäftsmodelle in der Kommunikation	150	OB
2°	Verwaltung und Förderung von audiovisuellen Produkten	150	OB
2°	Genres, Formate und Fernsehprogramme	150	OB
2°	Das audiovisuelle Publikum	300	OB
2°	Fernsehdrehbuch: Programme und Fiktion	300	OB

Tere Guevara Navarro
Rektorin

tech technologische universität

*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.

tech technologische universität

Weiterbildender Masterstudiengang

Senior Management der Audiovisuellen Industrie

- Modalität: **online**
- Dauer: **2 Jahre**
- Qualifizierung: **TECH Technologische Universität**
- Aufwand: **16 Std./Woche**
- Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- Prüfungen: **online**

Weiterbildender Masterstudiengang

Senior Management der Audiovisuellen Industrie

tech technologische universität