Licenciatura

Comunicación Audiovisual

Nº de RVOE: 20210892

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Nº de RVOE: 20210892

Licenciatura

Comunicación Audiovisual

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **aprox. 4 años**

Fecha acuerdo RVOE: **07/09/2020**

Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/licenciatura/licenciatura-comunicacion-audiovisual**

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Plan de estudios
pág. 8

03
Objetivos y competencias
pág. 34

04
¿Por qué nuestro programa?
pág. 42

05
Idiomas gratuitos
pág. 46

06
Maestría gratuita
pág. 50

07
Salidas profesionales
pág. 54

08
Metodología
pág. 58

09
Requisitos de acceso y proceso de admisión
pág. 66

10
Titulación
pág. 70

01

Presentación

El lenguaje audiovisual integra, en su capacidad de comunicación, la riqueza expresiva de los elementos visuales y auditivos. Esta forma de producción de contenidos ofrece al receptor una experiencia envolvente y eficaz que permite provocar y dirigir emociones que propician la penetración del mensaje. Bajo esta premisa TECH lanza esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual, donde se integran todos y cada uno de los ámbitos de conocimiento que el alumnado necesitará dominar para idear, diseñar y desarrollar productos audiovisuales óptimos, que logren los propósitos para los que sean creados y se adapten de forma específica a cada ámbito de intervención. Un proceso de alta calidad creado para capacitar a los mejores especialistas del sector.





Abre tus oportunidades laborales con una Licenciatura que te permite conocer los fundamentos del lenguaje audiovisual en diferentes formatos”

La comunicación audiovisual maneja una gran variedad de códigos comunicativos. Cine, radio, televisión, internet son algunas de las áreas de trabajo en las que este tipo de productos se materializa. Cada una de ellas, necesita de planteamientos específicos, tanto en términos temporales, como en los códigos visuales, el lenguaje y otros aspectos que coexisten en cada pieza. Pero la realización de productos audiovisuales de calidad no solo se apoya en la capacidad inmediata de resolución o planteamiento, sino que necesita una sólida base cultural que, en este ámbito, permita al especialista conocer y analizar las diversas representaciones visuales y sonoras contemporáneas, y sus procesos históricos de evolución.

Esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH incorpora los aspectos creativos, tecnológicos y técnicos que el profesional de este campo debe saber manejar. Para ello, el aprendizaje se desarrollará a través de un gran espectro de campos del saber que permitirán al alumno ser hábil en todas las áreas de trabajo e intervención para la generación de producción audiovisuales de ficción y no-ficción.

Para conseguir que todo este bagaje de conocimientos sea eficiente y permita al alumno posicionarse como un profesional competente, es imprescindible poseer el respaldo de un programa de alta calidad, que haya proporcionado al alumnado cualidades diferenciales y, sobre todo, la capacidad de desarrollo personal y profesional apegado a las últimas novedades de esta área de estudio.

Asegurar la competitividad, a través de un título que avale la calidad de los conocimientos y la solvencia de las competencias, es el paso más importante, el que pondrá alumno en camino hacia su futuro. Para ello, TECH ofrece la mayor calidad del mercado docente en línea, para permitir que el tiempo de estudio sea un proceso de crecimiento imparable que vaya abriendo las puertas del desarrollo intelectual y profesional.

Esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual ha sido creada para permitir al alumnado adquirir los conocimientos necesarios en esta materia, de una manera intensiva y eficiente, con la excepcional oportunidad de hacerlo en línea, cómodamente y adaptando su estudio a su tiempo disponible. Una oportunidad para mejorar la capacitación de los alumnos, con la comodidad del método digital más eficaz del mercado docente.

Publicidad, cine, televisión, internet... la Licenciatura en Comunicación Audiovisual es la llave de acceso a un campo de trabajo lleno de posibilidades"



Te estabámos esperando

TECH brinda la oportunidad de posicionar a los alumnos como licenciados en Comunicación Audiovisual con este programa creado para adquirir los conocimientos necesarios para ejercer en esta interesante área. Pero, además, con este programa, el alumno accederá a una forma de trabajo creada para impulsar la capacidad de análisis y la motivación en el aprendizaje. Los estudiantes que quieran superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional, relacionarse con los mejores y pertenecer a la nueva generación de comunicadores, capaces de desarrollar su labor en cualquier lugar del mundo, encontrarán en este programa el camino a seguir.

Aprende a ejercer como un especialista en un ámbito apasionante, con las herramientas prácticas e intelectuales necesarias para competir con oportunidades de éxito real”

02

Plan de estudios

Realizar esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual supone una oportunidad única para abrir las puertas a un mundo profesional altamente exigente, en el que la innovación y la creatividad son aspectos fundamentales. Para ello, TECH ha elaborado un completísimo plan de estudios, ideado con el principal objetivo de ayudar a los alumnos a alcanzar la excelencia. Un programa que responde a sus necesidades mediante un contenido innovador, basado en las últimas tendencias del sector audiovisual y apoyado por la mejor metodología educativa. De esta manera, el estudiante podrá adentrarse en diferentes ámbitos de conocimiento, como la comunicación escrita, radiofónica y audiovisual; la historia del cine y la televisión; o la publicidad en el sector, entre otros aspectos que serán imprescindibles para lograr un conocimiento efectivo que podrán aplicar a su trabajo diario.



Un temario completo y bien desarrollado



Todo el saber que el profesional más competente debe dominar en el ámbito de la comunicación audiovisual, estructurado en base un doble objetivo de eficiencia y flexibilidad”

La Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH es un programa que se imparte en formato 100% en línea, para que el alumno elija el momento y el lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses. Este programa, que se desarrolla a lo largo de 8 semestres, pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases para el éxito profesional.

A lo largo de las 40 asignaturas de estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos. Ese planteamiento práctico se completará con actividades y ejercicios, acceso a material complementario, vídeos de apoyo, fichas de resumen, clases magistrales y acceso a bancos de información online.

Aprende a partir del mejor material didáctico y conviértete en todo un experto en Comunicación Audiovisual”





Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Licenciatura se ofrece en un formato 100% en línea, por lo que alumno podrá cursarla desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o un simple smartphone. Además, podrá acceder a los contenidos tanto online como offline. Para hacerlo offline, bastará con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a internet.

El alumno podrá cursar la Licenciatura a través de sus 40 asignaturas, de forma autodirigida y asincrónica. Para ello, el formato y la metodología se han adaptado para aprovechar al máximo el tiempo y lograr un aprendizaje a medida de las necesidades del alumno. Además, la teoría se complementa de manera excepcional con las actividades y ejercicios prácticos, el acceso a material complementario, vídeos de apoyo, fichas de resumen, clases magistrales y a los bancos de información online.

> *Un programa intensivo que podrás adaptar a tus necesidades para hacer de tu aprendizaje un proceso flexible, eficaz y exitoso”*

Asignatura 1

Teoría de la comunicación social

Tema 1. El arte de comunicar

1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
1.2. El conocimiento
1.3. Las fuentes del conocimiento
1.4. Los métodos científicos
1.5. El método deductivo
1.6. El método inductivo
1.7. El método hipotético – deductivo
1.8. Conceptos comunes en la investigación científica
1.9. Variables dependientes e independientes
1.10. Hipótesis
1.11. La operacionalización
1.12. La ley o teoría de cobertura

Tema 2. Elementos de la comunicación

2.1. Introducción
2.2 Elementos de la comunicación
2.3. La investigación empírica
2.4. Investigación básica versus investigación aplicada
2.5. Los paradigmas de investigación
2.6. Los valores en la investigación
2.7. La unidad de análisis
2.8. Estudios trasversales y longitudinales
2.9. Definir la comunicación

Tema 3. Trayectorias de la investigación en comunicación social

3.1. Introducción. La comunicación en el mundo antiguo
3.2. Teóricos de la comunicación
3.3. Grecia
3.4. Los sofistas, primeros teóricos de la comunicación
3.5. La retórica aristotélica
3.6. Cicerón y los cánones de la retórica
3.7. Quintiliano: la institución oratoria
3.8. El periodo moderno: la teoría de la argumentación
3.9. El humanismo antirretoricista
3.10. La comunicación en el Barroco
3.11. De la Ilustración a la sociedad de masas
3.12. El siglo XX: la retórica de los medios de comunicación de masas
3.13. La comunicación mediática

Tema 4. La conducta comunicativa

4.1. Introducción: el proceso comunicativo
4.2. La conducta comunicativa
4.3. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
4.4. Los antecedentes biológicos de la comunicación
4.5. La comunicación intrapersonal
4.6. Los patrones de conducta comunicativa
4.7. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
4.8. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
4.9. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales

Tema 5. La transacción comunicativa

5.1. Introducción: La transacción comunicativa
5.2. El análisis transaccional
5.3. El yo-niño
5.4. El yo-padre
5.5. El yo-adulto
5.6. Clasificación de las transacciones

Tema 6. Identidad, autoconcepto y comunicación

6.1. Introducción
6.2. Identidad, autoconcepto y comunicación
6.3. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades
6.4. La estrategia de las emociones negativas
6.5. La estrategia de las emociones positivas
6.6. La estrategia de inducción de emociones en los otros
6.7. La estrategia de compromiso mutuo
6.8. La estrategia de la lástima o la comprensión
6.9. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos
6.10. El interaccionismo simbólico
6.11. El constructivismo
6.12. El autoconcepto motivado para interactuar
6.13. La teoría de la acción razonada
6.1.4. Pragmática conversacional

Tema 7. La comunicación en grupos y organizaciones

7.1. Introducción: el proceso comunicativo
7.2. La conducta comunicativa
7.3. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
7.4. Los antecedentes biológicos de la comunicación
7.5. La comunicación intrapersonal
7.6. Los patrones de conducta comunicativa
7.7. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
7.8. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
7.9. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales

Tema 8. Comunicación mediática I

8.1. Introducción
8.2. La comunicación mediática
8.3. Características de los medios y de sus mensajes
8.4. Los medios de comunicación de masas
8.5. Las funciones de los medios
8.6. Los efectos poderosos de los medios de masas
8.7. Los medios nos dicen qué debemos pensar y qué no debemos pensar

Tema 9. Comunicación mediática II

9.1. Introducción
9.2. La teoría hipodérmica
9.3. Los efectos limitados de los medios de comunicación
9.4. Los usos y gratificaciones de la comunicación de masas
9.5. Teoría de usos y gratificaciones
9.6. Orígenes y principios
9.7. Objetivos de la teoría de usos y gratificaciones
9.8. Teoría de la expectativa

Tema 10. Comunicación mediática III

10.1. Introducción
10.2. La comunicación computarizada y la realidad virtual
10.3. La comunicación mediante ordenadores: el problema de su integración teórica
10.4. Definiciones de la comunicación computarizada
10.5. Evolución de la teoría de los usos y gratificaciones
10.6. Refuerzos de la teoría de la dependencia mediática
10.7. La realidad virtual como objeto de estudio emergente
10.8. La inmersión psicológica del usuario
10.9. La telepresencia

Asignatura 2

Documentación informativa

Tema 1. Introducción a la documentación como ciencia

1.1. Introducción
1.2. La sociedad de la información y el conocimiento
1.3. Información y documentación
1.4. Definición de la documentación
1.5. El nacimiento de la documentación como ciencia
1.6. Los centros de documentación

Tema 2. Historia y características de la documentación Informativa

2.1. Introducción
2.2. Historia de la documentación informativa
2.3. Características generales de la documentación informativa
2.4. Principios de la documentación informativa
2.5. Funciones de la documentación informativa

Tema 3. La crónica periodística. Titulares, entradillas y recursos de estilo

3.1. Introducción
3.2. La titulación de las crónicas
3.3. Tipos de entradilla
3.4. El cuerpo: principales recursos de estilo
3.5. Obras de consulta: concepto y clasificación

Tema 4. El análisis documental I

4.1. Introducción
4.2. La cadena documental
4.3. La selección documental
4.4. El análisis documental
4.5. La catalogación
4.6. La descripción documental y el asiento bibliográfico

Tema 5. El análisis documental II

5.1. Introducción
5.2. La clasificación
5.3. La indización
5.4. El resumen
5.5. La referencia documental
5.6. Los lenguajes documentales

Tema 6. Recuperación de información y bases de datos

6.1. Introducción
6.2. La recuperación de información
6.3. Los sistemas de gestión de bases de datos
6.4. Lenguajes de interrogación y ecuaciones de búsqueda
6.5. La evaluación de la recuperación de información
6.6. Las bases de datos

Tema 7. La documentación fotográfica

7.1. Introducción
7.2. La fotografía
7.3. El documento fotográfico
7.4. Criterios de selección fotográfica
7.5. El análisis documental de las fotografías

Tema 8. La documentación radiofónica

8.1. Introducción
8.2. Características del documento sonoro
8.3. Tipología de los documentos radiofónicos
8.4. Los archivos radiofónicos
8.5. Análisis documental de la información sonora
8.6. La documentación informativa en la radio

Tema 9. La documentación audiovisual

9.1. Introducción
9.2. El documento audiovisual
9.3. La documentación televisiva
9.4. El análisis documental de la imagen en movimiento
9.5. La documentación cinematográfica

Tema 10. La documentación en prensa digital y en gabinetes de comunicación

10.1. Introducción
10.2. El servicio básico de documentación en medios escritos
10.3. El proceso documental en medios digitales
10.4. El servicio de documentación en la redacción digital
10.5. La documentación en los gabinetes de comunicación

Asignatura 3

Comunicación escrita

Tema 1. Historia de la comunicación

1.1. Introducción
1.2. La comunicación en la antigüedad
1.3. La revolución de la comunicación
1.4. La comunicación actual

Tema 2. Comunicación oral y escrita

2.1. Introducción
2.2. El texto y su lingüística
2.3. El texto y sus propiedades: coherencia y cohesión
2.3.1. Coherencia
2.3.2. Cohesión
2.3.3. Recurrencia

Tema 3. La planificación o preescritura

3.1. Introducción
3.2. El proceso de escritura
3.3. La planificación
3.4. La documentación

Tema 4. El acto de escritura

4.1. Introducción
4.2. Estilo
4.3. Léxico
4.4. Oración
4.5. Párrafo

Tema 5. La reescritura

5.1. Introducción
5.2. La revisión
5.3. Cómo usar el ordenador para mejorar el texto
5.3.1. Diccionario
5.3.2. Buscar/cambiar
5.3.3. Sinónimos
5.3.4. Párrafo
5.3.5. Matices
5.3.6. Cortar y pegar
5.3.7. Control de cambios, comentarios y comparación de versiones

Tema 6. Cuestiones de ortografía y gramática

6.1. Introducción
6.2. Problemas más comunes de acentuación
6.3. Mayúsculas
6.4. Signos de puntuación
6.5. Abreviaturas y siglas
6.6. Otros signos
6.7. Algunos problemas

Tema 7. Modelos textuales: la descripción

7.1. Introducción
7.2. Definición
7.3. Tipos de descripción
7.4. Clases de descripción
7.5. Técnicas
7.6. Elementos lingüísticos

Tema 8. Modelos textuales: la narración

8.1. Introducción
8.2. Definición
8.3. Características
8.4. Elementos
8.5. El narrador
8.6. Elementos lingüísticos

Tema 9. Modelos textuales: la exposición y el género epistolar

9.1. Introducción
9.2. La exposición
9.3. El género epistolar
9.4. Elementos

Tema 10. Modelos textuales: la argumentación

10.1. Introducción
10.2. Definición
10.3. Elementos y estructura de la argumentación
10.4. Tipos de argumentos
10.5. Falacias
10.6. Estructura
10.7. Rasgos lingüísticos

Tema 11. La escritura académica

11.1. Introducción
11.2. El trabajo científico
11.3. El resumen
11.4. La reseña
11.5. El ensayo
11.6. Las citas
11.7. La escritura en Internet

Asignatura 4

Tecnología y gestión de la información y del conocimiento

Tema 1. Nuevas tendencias de la comunicación

1.1 Introducción a la informática
1.2. ¿Qué es un ordenador?
1.3. Elementos de un ordenador
1.4 Los ficheros
1.5. La compresión de ficheros
1.6. Representación y medición de la información
1.7. La enseñanza a distancia
1.8. Reglas básicas de la comunicación en línea
1.9. ¿Cómo descargar información de Internet?
1.10. Guardar una imagen
1.11. El foro como lugar de interacción

Tema 2. El diseño y las utilidades de las aulas virtuales para la enseñanza a distancia

2.1. Introducción
2.2. La educación a distancia
2.3. Características
2.4. Ventajas de la educación a distancia
2.5. Generaciones de Educación a Distancia
2.6. Las aulas virtuales en la enseñanza a distancia.
2.7. El diseño de las aulas virtuales para la enseñanza a distancia
2.8. Los mundos virtuales y la educación a distancia
2.9. Segunda vida

Tema 3. Técnicas para la planificación y organización

3.1. Introducción
3.2. Mapas de conocimiento
3.3. Funcionalidades
3.4. Clasificación de los mapas de conocimiento
3.5. Concepto y definición del mapa de conocimiento
3.6. Mapeo o aplicación de los conocimientos
3.7. Construcción de mapas de conocimiento
3.8. Tipos de mapas de conocimientos
3.9. Mapas de conocimiento con nombre propio
3.10. Mapas de conceptos
3.11. Mapas mentales
3.12. Páginas amarillas

Tema 4. Entornos colaborativos de trabajo: herramientas y aplicaciones en la nube

4.1. Introducción
4.2. Evaluación comparativa
4.3. Conceptos
4.4. Punto de referencia y evaluación comparativa
4.5. Tipos y fases de benchmarking. Enfoques y aproximaciones de evaluación comparativa
4.6. Costes y beneficios de la evaluación comparativa
4.7. El caso Xerox
4.8. Memorias institucionales

Tema 5. Comunicación en línea y comunicación en línea para el aprendizaje

5.1. Introducción
5.2. La comunicación en línea
5.3. ¿Qué es la comunicación y cómo se realiza?
5.4. ¿Qué es la comunicación en línea?
5.5. Comunicación en línea para el aprendizaje
5.6. Comunicación en línea para el aprendizaje y el estudiante a distancia
5.7. Herramientas libres de comunicación en línea.
5.8. Correo electrónico
5.9. Herramientas de mensajería instantánea
5.10. Herramienta Google Talk
5.11. Herramienta Pidgin
5.12. Herramienta Facebook Messenger
5.13. Herramienta WhatsApp

Tema 6. Gestión del conocimiento

6.1. Introducción a la gestión del conocimiento
6.2. Matrices FODA
6.3. ¿Qué es la comunicación y cómo se realiza?
6.4. Definición
6.5. Pasos para construir un diagrama causa-efecto

Tema 7. Herramientas de tratamiento de datos. Hojas de cálculo

7.1. Introducción a las hojas de cálculo
7.2. Orígenes
7.3. Celdas
7.4. Operaciones aritméticas básicas en hojas de cálculo
7.5. Las cuatro operaciones básicas
7.6. Operaciones con constantes
7.7. Operaciones con variables. Ventajas
7.8. Relativas

Tema 8. Herramientas de presentación digital

8.1. Introducción
8.2. ¿Cómo preparar presentaciones académicas efectivas?
8.3. Planificación y esquematización de la presentación
8.4. Producción
8.5. Herramienta SlideShare
8.6. Características y funcionalidades principales
8.7. ¿Cómo usar SlideShare?

Tema 9. Fuentes de información en línea

9.1. Introducción
9.2. Medios de comunicación tradicionales
9.3. Radio
9.4. Prensa
9.5. Televisión
9.6. Blog
9.7. Youtube
9.8. Redes sociales
9.9. Facebook
9.10. Twitter
9.11. Instagram
9.12. Snapchat
9.13. Publicidad en buscadores
9.14. Boletín informativo

Tema 10. La saturación de la información

10.1. Introducción
10.2. La saturación de información
10.3. La información en el mundo actual
10.4. Prensa
10.5. Televisión
10.6. Radio
10.7. La manipulación de la información

Asignatura 5

Introducción al derecho

Tema 1. El derecho y las normas jurídicas

1.1 Concepto de derecho
1.2. Concepto de deber
1.3. La norma

Tema 2. Clasificación de las normas jurídicas

2.1. Criterios
2.2. Clasificación

Tema 3. Fuentes del derecho

3.1. Fuentes formales
3.2. Fuentes reales
3.3. Fuentes históricas

Tema 4. Acepciones del término derecho

4.1. Derecho positivo y derecho vigente
4.2. Derecho objetivo y derecho subjetivo
4.3. Derecho real y derecho personal

Tema 5. Lenguaje normativo

5.1. Conceptos de ley, norma y regla
5.2. Notas que distinguen los sistemas normativos

Tema 6. El Estado y derecho

6.1. Conceptos de justicia
6.2. Estado y sus elementos
6.3. Estado mexicano

Tema 7. El derecho como ciencia

7.1. Disciplinas jurídicas especiales
7.2. Disciplinas jurídicas auxiliares

Tema 8. Hechos y actos jurídicos

8.1. Supuestos jurídicos
8.2. Concepto de hecho jurídicos
8.3. Concepto de actos jurídicos

Tema 9. Sujetos de derecho

9.1. Persona física
9.2. Persona moral o jurídica
9.3. Atributos de las personas físicas

Tema 10. Interpretación jurídica

10.1. Concepto de técnica jurídica
10.2. Métodos de interpretación
10.3. Reglas de interpretación

Asignatura 6

Lengua española

Tema 1. La lengua en los medios de comunicación de masas

1.1. Introducción
1.2. Rasgos del lenguaje periodísticos
1.3. El lenguaje en los distintos canales de difusión informativa
1.4. Responsabilidad lingüística de los profesionales de la comunicación
1.5. Los libros de estilo: definición y función

Tema 2. Semiótica

2.1. Introducción
2.2. El signo
2.3. Los sistemas de signos: los códigos
2.4. La semiótica lingüística
2.5. Lenguaje, lengua, habla y norma

Tema 3. Fonética y fonología del español

3.1. Introducción
3.2. Fonética y Fonología: objeto de estudio
3.3. Sistema vocálico del español: las vocales de la lengua española
3.4. Sistema consonántico del español: las consonantes de la lengua española
3.5. Subsistemas vocálicos y consonánticos del español
3.6. Los elementos suprasegmentales: el acento y la entonación
3.7. Las normas ortográficas: principales cambios en la nueva ortografía de lengua española de la RAE (2010)

Tema 4. Morfología del español: morfología flexiva

4.1. Introducción
4.2. Morfología y unidades de análisis morfológico: palabras, morfemas y lexemas
4.3. Morfología flexiva
4.4. Problemas y errores de naturaleza morfológica más comunes

Tema 5. Morfología del español: morfología derivativa

5.1. Introducción
5.2. Mecanismos neológicos formales: procedimientos morfológicos de formación de palabras en español
5.3. Dudas relacionadas con la formación de palabras
5.4. La formación del plural en los compuestos

Tema 6. Sintaxis del español: la oración simple

6.1. Introducción
6.2. El sintagma: características
6.3. Tipos de sintagma
6.4. Los complementos del núcleo verbal: las funciones sintácticas oracionales
6.5. Otras funciones de la enunciación
6.6. Clasificación oracional
6.7. Errores de naturaleza sintáctica

Tema 7. Sintaxis del español: la oración compuesta

7.1. Introducción
7.2. La coordinación
7.3. La subordinación
7.4. Errores de naturaleza sintáctica (oración compuesta)

Tema 8. Semántica y lexicología del español

8.1. Introducción
8.2. Distinciones terminológicas: el significado
8.3. Unidades de análisis semántico: el análisis componencial del significado
8.4. El paradigma cognitivo: la teoría de prototipos
8.5. Las relaciones semánticas
8.6. El cambio semántico
8.7. Las herramientas lexicográficas: los diccionarios

Tema 9. Pragmática del español

9.1. Introducción
9.2. Conceptos básicos de la pragmática
9.3. Austin y Searle: la teoría de los actos de habla
9.4. Grice: el principio de cooperación
9.5. Sperber y Wilson: la teoría de la relevancia
9.6. Más allá de las fronteras oracionales: el enunciado y el texto

Tema 10. Sociolingüística del español

10.1. Introducción
10.2. El español como entramado de variedades
10.3. Variedades diatópicas del español
10.4. Variedades diastráticas del español
10.5. Variedades diafásicas del español
10.6. La norma panhispánica del español: el español como lengua policéntrica

Asignatura 7

Teoría de la comunicación interpersonal

Tema 1. Naturaleza de la comunicación y de la comunicación interpersonal

1.1. Introducción
1.2. Naturaleza de la comunicación
1.3. Elementos estructurales del proceso comunicativo
1.4. Funciones de la comunicación
1.5. Definición de comunicación y principios básicos

Tema 2. Teorías de la comunicación

2.1. Introducción
2.2. Naturaleza de las teorías científicas
2.3. Objetivos de la teoría
2.4. Teoría del interaccionismo simbólico
2.5. Teorías de la disonancia cognitiva

Tema 3. La comunicación en grupos

3.1. Introducción
3.2. Factores determinantes en la comunicación grupal
3.3. Las defensas en la interacción comunicativa
3.4. Redes sociales de comunicación

Tema 4. La comunicación verbal

4.1. Introducción
4.2. La naturaleza del lenguaje
4.3. El lenguaje: procesos básicos
4.4. Claridad de los mensajes
4.5. Hablar con propiedad
4.6. La crónica deportiva
4.7. Construcción de la realidad, lenguaje y comunicación

Tema 5. La comunicación no verbal

5.1. Introducción
5.2 Movimientos corporales
5.3 Contacto visual
5.4. Funciones de los movimientos corporales
5.5. Influencia de la cultura en la expresión de los movimientos corporales
5.6. Diferencias de género en movimientos corporales
5.7. Elementos paralingüísticos
5.8. Estilo personal
5.9. Comunicación no verbal y el ambiente

Tema 6. La comunicación mendaz: producción y detección de la mentira

6.1. Introducción
6.2. La mentira como objeto de estudio en el marco de la comunicación interpersonal
6.3. Procesos subyacentes en la emisión de una mentira
6.4. Indicadores no verbales de la mentira
6.5. Consideraciones finales sobre la mentira y su detección

Tema 7. Hablar en público I

7.1. Introducción
7.2. Fase de preparación
7.2.1. Elección del tema, examen de la audiencia y especificación de objetivos
7.2.2. Recopilar información pertinente sobre el tema

Tema 8. Hablar en público II

8.1. Introducción
8.2. Postulados de la acción comunicativa
8.3. Habilidades no verbales
8.4. Habilidades paralingüísticas
8.5. Miedo a hablar en público
8.5.1. Cómo controlar el miedo a hablar en público

Tema 9. La influencia interpersonal

9.1. Introducción
9.2. El principio de contraste
9.3. El principio de sanción social
9.4. El principio de simpatía
9.5. El principio de reciprocidad
9.6. El principio de escasez
9.7. El principio del compromiso y coherencia

Tema 10. La escucha activa

10.1. Introducción
10.2. Barreras a la escucha
10.3. El proceso de escuchar

Asignatura 8

Introducción a la economía

Tema 1. Introducción a la oferta, la demanda, el equilibrio y cambios en el mercado

1.1. Economía: principios y definiciones
1.1.1. Principios a la economía y conceptos
1.1.2. Micro y macro economía
1.1.3 La escasez de recursos
1.1.4. Modelos básicos de la economía
1.2. El Coste de oportunidad
1.2.1. Análisis
1.2.2. Valor actual neto
1.3. El punto de equilibrio
1.3.1. Concepto
1.3.2. Tipos de coste
1.3.3. Cálculo y resultados

Tema 2. La demanda, la oferta y las preferencias del mercado

2.1. Mercados y tipos de mercado
- 2.1.1. Concepto de mercado
- 2.1.2. Tipos de mercado
- 2.1.3. Naturaleza de los productos

2.2. Demanda de mercado
- 2.2.1. Definición y conceptualización
- 2.2.2. Determinantes de la demanda

2.3. Oferta de mercado
- 2.3.1. Definición y conceptualización
- 2.3.2. Determinantes de la oferta
- 2.3.3. La influencia de la competencia

2.4. Equilibrio y estática
- 2.4.1. Estática comparativa
- 2.4.2. Funciones de la estática comparativa
- 2.4.3. El equilibrio económico
- 2.4.4. El equilibrio dinámico

Tema 3. La restricción presupuestaria y el equilibrio del consumidor

3.1. Restricción presupuestaria y desplazamientos
- 3.1.1. Concepto
- 3.1.2. Pendiente de la recta de balance
- 3.1.3. Movimientos en la recta del balance

3.2. Elección óptima
- 3.2.1. Concepto
- 3.2.2. Curva de indiferencia
- 3.2.3. Función de utilidad

3.3. Elección óptima
- 3.3.1. Concepto
- 3.3.2. Curva de indiferencia
- 3.3.3. Función de utilidad

Tema 4. El excedente del consumidor y del productor. La eficiencia del equilibrio competitivo

4.1. Excedente del consumidor y productor
- 4.1.1. Ley de rendimientos decrecientes
- 4.1.2. Curva de la oferta y la demanda
- 4.1.3 Utilidad marginal creciente y decreciente

4.2. La eficiencia del equilibrio competitivo
- 4.2.1. Concepto
- 4.2.2. Las condiciones matemáticas de equilibrio a corto plazo
- 4.2.3. Las condiciones matemáticas de equilibrio competitivo a largo plazo

Tema 5. Precios máximos y mínimos, el efecto de un impuesto indirecto

5.1. Precios máximos y mínimos
- 5.1.1. Conceptualización
- 5.1.2. Precio máximo
- 5.1.3. Precio mínimo

5.2. Efecto de un impuesto indirecto
- 5.2.1. Definición y conceptos más importantes
- 5.2.2. Incidencia legal y económica
- 5.2.3. Análisis de la incidencia económica

Tema 6. Elasticidad del precio de la demanda y factores determinantes de la elasticidad

6.1. Elasticidad en el precio de la demanda
- 6.1.1. Conceptos
- 6.1.2. Factores que determinan la elasticidad precio de la demanda
- 6.1.3. Ingreso total y elasticidad

6.2. Resumen de los tipos de elasticidad
- 6.2.1. Perfectamente o infinitamente elástica
- 6.2.2. Perfectamente o infinitamente inelástica
- 6.2.3. Mayor y menor a 1
- 6.2.4. Igual a 0

Tema 7. Elasticidad de la demanda cruzada y su cálculo analítico

7.1. Elasticidad cruzada
- 7.1.1. Contexto
- 7.1.2. Conceptos y definiciones
- 7.1.3. Bienes sustitutos y bienes independientes

7.2. Cálculo analítico
- 7.2.1. Fórmula
- 7.2.2. Cálculo y ejemplos

Tema 8. La función de producción y rendimientos

8.1. La función de producción
- 8.1.1. Supuestos básicos
- 8.1.2. Producción total
- 8.1.3. Producción media
- 8.1.4. Producción marginal

8.2. Ley de rendimientos decrecientes
- 8.2.1. Concepto
- 8.2.2. Gráfica e interpretaciones
- 8.2.3. Rendimientos a escala

Tema 9. Los costes a corto plazo y a largo plazo

9.1. Funciones de costes
- 9.1.1. Definiciones y conceptos
- 9.1.2. Los costes de la empresa
- 9.1.3. Formulación y representaciones

9.2. Costes a corto plazo
- 9.2.1. Concepto y definiciones
- 9.2.2. Tipos de costes a corto plazo
- 9.2.3. Formulación

9.3. Costes a largo plazo
- 9.3.1. Concepto y definiciones
- 9.3.2. Tipos de costes a largo plazo
- 9.3.3. Formulación

Tema 10. Magnitudes básicas de la economía

10.1. La actividad económica
- 10.1.1. Conceptualización
- 10.1.2. El crecimiento económico
- 10.1.3. Sector público
- 10.1.4. Objetivos generales

10.2. Índices de precios e indicadores de mercados
- 10.2.1. Conceptualización
- 10.2.2. Índices simples y complejos
- 10.2.3. Producto Interno Bruto nominal
- 10.2.4. Producto Interno Bruto real

10.3. Flujo circular de la renta
- 10.3.1. Conceptualización
- 10.3.2. Tipos de flujo: real y monetario
- 10.3.3. Intervención del sector público

Tema 11. Políticas monetarias

11.1. El dinero y su circulación
- 11.1.1. Conceptualización y objetivos
- 11.1.2. La demanda de dinero
- 11.1.3. Circulación del dinero

11.2. Equilibrio en el mercado de dinero y políticas monetarias
- 11.2.1. Equilibrios en el mercado
- 11.2.2. Operaciones en mercado abierto
- 11.2.3. Política monetaria convencional y no convencional

Tema 12. Estructuras y tipos de mercado

12.1. Estructuras de mercado
- 12.1.1. Concepto de mercado
- 12.1.2. Competencia perfecta e imperfecta
- 12.1.3. Monopolio
- 12.1.4. Oligopolio y duopolio
- 12.1.5. Monopsonio
- 12.1.6. Oligopsonio

Tema 13. Mercados no competitivos

13.1. Competencia mercado monopolístico
13.1.1. Concepto de monopolio
13.1.2. Coste social del monopolio
13.1.3. Discriminación de precios
13.2. Competencia mercado oligopolio
13.2.1. Concepto de oligopolio
13.2.2. Diferentes tipos de oligopolios

Tema 14. Modelo de la oferta y demanda agregada

14.1. La demanda agregada
14.1.1. Concepto
14.1.2. Bases de cálculo
14.1.3. Curva de la demanda agregada
14.2. El multiplicador keynesiano
14.2.1. Concepto
14.2.2. Efectos provocados por el multiplicador
14.2.3. Bases de cálculo
14.3. La oferta agregada
14.3.1. Concepto
14.3.2. Factores
14.3.3. Variaciones

Tema 15. Relaciones económicas internacionales

15.1. Comercio internacional
15.1.1. Conceptos básicos
15.1.2. Tipo de cambio y relación real de intercambio
15.1.3. Instrumentos de política comercial
15.2. Balanza de pagos y teorías del tipo de cambio
15.2.1. La balanza de pagos
15.2.2. Teorías del tipo de cambio

Asignatura 9

Teoría del periodismo

Tema 1. Definición y tipos de periódicos

9.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
9.2. Conceptos clave: comunicación, información y periodismo
9.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad
9.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación
9.5. Definición y características del diario
9.6. Historia
9.7. Temáticas
9.8. Precio de venta
9.9. Formato
9.10. Los contenidos del diario
9.11. Secciones

Tema 2. Principales herramientas periodísticas

2.1. Introducción
2.2. Principales herramientas periodísticas
2.3. Criterios de selección
2.4. ¿Qué son?
2.5. Clasificaciones
2.6. Relación con la actualidad

Tema 3. Elementos del periódico

3.1. Introducción
3.2. Elementos del periódico
3.3. Diferentes elementos

Tema 4. El periodista y sus capacidades o habilidades periodísticas

4.1. Introducción
4.2. El periodista y sus habilidades o capacidades periodísticas
4.3. Debate sobre la profesión periodísticas
4.4. Actitudes
4.5. Actitudes prácticas
4.6. Actitudes intelectuales y morales

Tema 5. La organización de un periódico

5.1. Introducción
5.2. Dos estructuras en una: la empresa y la redacción
5.3. Principios editoriales
5.4. Estatutos de redacción
5.5. Roles en la redacción
5.6. Epílogo: de la versión digital a la edición digital

Tema 6. El trabajo periodístico

6.1. Introducción
6.2. El trabajo periodístico
6.3. Qué es y cómo se organiza una redacción
6.4. A diario
6.5. La planificación a largo plazo
6.6. Trabajo individual y colectivo
6.7. Trabajos individuales
6.8. Trabajos colectivos
6.9. Libros de estilo

Tema 7. Deontología periodística

7.1. Introducción
7.2. Origen y evolución histórica
7.3. El Informe Hutchins
7.4. El Informe McBride
7.5. Una forma de regular la profesión
7.6. Funciones de la autorregulación
7.7. Códigos deontológicos

Tema 8. Tipos de periodismo

8.1. Introducción
8.2. Periodismo de investigación
8.3. Cualidades del periodista de investigación
8.4. Esquema Williams
8.5. Técnicas de investigación-innovación
8.6. Periodismo de precisión
8.7. Especializaciones del periodismo de precisión
8.8. Periodismo de servicio
8.9. Características temáticas
8.10. La especialización periodística
8.11. Desarrollo de la información especializada

Tema 9. Periodismo y retórica

9.1. Introducción
9.2. Separación información-opinión
9.3. Las teorías de los géneros periodísticos
9.4. Aportaciones de la retórica
9.5. La elocución

Tema 10. El periodismo como actor político

10.1. Introducción
10.2. El periódico según los teóricos
10.3. El periódico, actor de conflicto
10.4. El periódico como comunicación
10.5. El periódico en los niveles extra, ínter, intra
10.6. El periódico como pacificador
10.7. Mecanismo de alarma
10.8. Creador de atmósferas, movilizador para la paz
10.9. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas
10.10. El periódico como institución misionera
10.11. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio
10.12. El periódico como narrador y participante de conflictos

Tema 11. El periodismo como actor social

11.1. Introducción
11.2. El periódico como intérprete y mediador
11.3. El periódico como miembro del sistema político y como sistema parapolítico
11.4. El periódico como informador y pseudocomunicador político
11.5. El periódico como destinatario de las políticas comunicativas de otros actores sociales

Asignatura 10

Comunicación visual

Tema 1. La comunicación visual

1.1. Introducción
1.2. Comunicación visual y alfabetización visual
1.2.1. El aprendizaje de la cultura visual
1.2.2. Lenguaje natural o lenguaje arbitrario
1.3. Cualidades de la Comunicación Visual
1.3.1. Inmediatez
1.3.2. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
1.3.3. Grado de complejidad del mensaje
1.4. Definición de la Comunicación Visual

Tema 2. El diseño gráfico

2.1. Introducción
2.2. El diseño
2.3. El diseño gráfico
2.3.1. El grafismo
2.3.2. Diseño y arte
2.4. Diseño gráfico y comunicación
2.5. Ámbitos de aplicación del diseño gráfico

Tema 3. Antecedentes y evolución de la comunicación visual

3.1. Introducción
3.2. El problema del origen
3.3. La Prehistoria
3.4. La Edad Antigua
3.4.1. Grecia
3.4.2. Roma
3.5. La Edad Media
3.6. El Renacimiento: surgimiento de la imprenta en Europa
3.7. Del siglo XVI al XVIII
3.8. El siglo XIX y la primera mitad del siglo XX

Tema 4. El significado de los mensajes visuales

4.1. Introducción
4.2. La imagen, objeto significante
4.3. La cualidad representacional de la imagen: la iconicidad
4.3.1. Tipo, patrón y forma
4.4. La cualidad plástica de la imagen
4.4.1. El signo plástico
4.5. La cualidad simbólica
4.6. Otros códigos visuales

Tema 5. La persuasión

5.1. Introducción
5.2. La persuasión de la publicidad
5.3. Características

Tema 6. Elementos relativos a la representación de la imagen

6.1. Introducción
6.2. Elementos relativos a la representación de la imagen
6.3. La articulación de la representación de la imagen
6.3.1. El concepto de la representación
6.3.2. La articulación de la representación
6.3.3. La significación plástica
6.4. Elementos morfológicos de la imagen
6.5. Elementos escalares de la imagen
6.5.1. El tamaño
6.5.2. La escala
6.5.3. La proporción
6.5.4. El formato

Tema 7. La composición

7.1. Introducción
7.2. La composición o sintaxis visual
7.3. El equilibrio
7.4. Elementos dinámicos de la representación
7.5. La composición normativa

Tema 8. El color y la luz

8.1. Introducción
8.2. Luz, color y percepción
8.2.1. La luz y el espectro cromático visible
8.2.2. La percepción de la luz y los colores
8.2.3 La capacidad de adaptación del sistema perceptivo
8.2.4. La temperatura de color de una fuente de luz
8.3. Los colores primarios
8.4. Técnicas básicas de reproducción del color
8.5. Dimensiones del color
8.6. Tipos de armonía y construcción de paletas
8.7. Funciones plásticas del color

Tema 9. La Tipografía

9.1. Introducción
9.2. Estructura formal y medición de los tipos
9.3. Clasificación de tipos de letra
9.4. La composición del texto
9.5. Cuestiones que afectan a la legibilidad

Tema 10. El diseño editorial y la infografía

10.1. Introducción
10.2. Diseño editorial
10.3. Infografía
10.4. Funciones del diseño periodístico
10.5. Acotación final del término diseño periodístico
10.6. Arbitrariedad o naturalidad del diseño periodístico
10.7. Articulación del lenguaje visual del diseño periodístico

Asignatura 11

Análisis de la imagen audiovisual

Tema 1. Fundamentos teóricos y metodología de análisis

1.1. Diferencias entre la crítica y el análisis fílmico: el método científico
1.2. Criterios para la crítica cinematográfica

Tema 2. El análisis fílmico: instrumental y métodos I

2.1. La propuesta de Jaques y Michel Marie Aumont
2.2. La propuesta de Francesco Casetti y Federico di Chio

Tema 3. El análisis fílmico: instrumental y métodos II

3.1. El análisis fílmico según David Bordwell

Tema 4. El enfoque histórico del análisis cinematográfico

4.1. Los enfoques tradicionales
4.2. La propuesta de Robert Allen y David Gomery

Tema 5. El análisis de la imagen cinematográfica

5.1. La verosimilitud espacial y la planificación con fines dramáticos y psicológicos del modelo clásico
5.2. Los procesos de identificación
5.3. La aproximación estética

Tema 6. Aproximación cultural al análisis de la imagen fílmica

6.1. Análisis fílmico y cultura popular
6.2. Aproximaciones culturales al análisis fílmico

Tema 7. El análisis de la imagen televisiva

7.1. Principales métodos y técnicas de investigación para abordar el análisis televisivo
7.2. Estudio de casos

Tema 8. El enfoque histórico del análisis televisivo

8.1. El análisis televisivo desde una perspectiva histórica
8.2. Estudios de caso

Tema 9. Análisis de informativos audiovisuales

9.1. Análisis de los productos audiovisuales informativos
9.2. Estudio de casos

Tema 10. Análisis de la imagen publicitaria

10.1. Análisis de los productos audiovisuales persuasivos
10.2. Análisis del videoclip

Asignatura 12

Introducción a la psicología de la comunicación

Tema 1. Historia de la Psicología

1.1. Introducción
1.2. Comenzamos con el estudio de la psicología
1.3. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
1.4. Paradigmas y etapas en la psicología
1.5. La ciencia cognitiva

Tema 2. Psicología social

2.1. Introducción
2.2. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
2.3. Empatía, altruismo y conducta de ayuda

Tema 3. Cognición social

3.1. Introducción
3.2. Pensar y conocer, necesidades vitales
3.3. La cognición social
3.4. Organizando la información
3.5. El pensamiento: prototípico o categorial
3.6. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
3.7. El procesamiento automático de la información

Tema 4. Psicología de la personalidad

4.1. Introducción
4.2. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
4.3. La autoconciencia
4.4. La autoestima
4.5. El autoconocimiento
4.6. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
4.7. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
4.8. Una nueva perspectiva en el estudio de la personalidad. La personalidad narrativa

Tema 5. Las emociones

5.1. Introducción
5.2. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
5.3. La naturaleza de las emociones
5.4. La emoción como preparación para la acción
5.5. Emociones y personalidad
5.6. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales

Tema 6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes

6.1. Introducción
6.2. Las actitudes
6.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
6.4. El modelo de probabilidad de elaboración
6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
6.6. Una perspectiva histórica

Tema 7. El emisor

7.1. Introducción
7.2. La fuente de la comunicación persuasiva
7.3. Características de la fuente. La credibilidad
7.4. Características de la fuente. El atractivo
7.5. Características del emisor. El poder
7.6. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
7.7. Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria

Tema 8. El mensaje

8.1. Introducción
8.2. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
8.3. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
8.4. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo

Tema 9. El receptor

9.1. Introducción
9.2. El papel del receptor según el Modelo de Probabilidad de Elaboración
9.3. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
9.4. Necesidad de estima y comunicación

Tema 10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación

10.1. Introducción
10.2. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
10.3. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
10.4. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
10.5. Las teorías de sistemas de procesamiento duales
10.6. Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales

Asignatura 13

Historia social y política contemporánea

Tema 1. La crisis del antiguo régimen

1.1. Introducción
1.2. La crisis del antiguo régimen
1.3. La ilustración
1.4. La independencia de las trece colonias inglesas de Norteamérica
1.5. La Revolución Francesa
1.6. La Europa napoleónica

Tema 2. La revolución industrial y el movimiento obrero

2.1. Introducción
2.2. Concepto de Revolución Industrial
2.3. Principales características
2.4. Fases
2.5. La Revolución Industrial en Gran Bretaña
2.6. Transformaciones económicas
2.7. La Revolución Agraria
2.8. La Revolución Democrática
2.9. Transformaciones tecnológicas y sociales

Tema 3. De la Europa de la restauración a los grandes procesos de unificación nacional (1815-1870)

3.1. Introducción
3.2. El nuevo mapa europeo
3.3. La Europa de los Congresos
3.4. La Francia de Luis XVIII
3.5. Las oleadas revolucionarias de 1820, 1830 y 1848
3.6. Los procesos de unificación nacional decimonónicos: Italia y Alemania
3.7. El sufragismo femenino
3.8. España (1814-1874): monarquía, república y antecedentes de la Restauración

Tema 4. La época del imperialismo y la Paz Armada (1870-1914)

4.1. Introducción
4.2. El imperialismo
4.3. La colonización de Asia y África
4.4. La cuestión de Oriente
4.5. La caída de Bismarck y la reorientación diplomática
4.6. El camino hacia la guerra (1905-1914)
4.7. La Bella época

Tema 5. Historia de América Latina

5.1. Introducción
5.2. El período precolombino
5.3. Época colonial
5.4. Viajando al nuevo mundo

Tema 6. Revoluciones del siglo XIX: La era poscolonial

6.1. Introducción
6.2. Revoluciones del siglo XIX
6.3. Fin de las colonias
6.4. Siglo XX

Tema 7. La I Guerra Mundial

7.1. Introducción
7.2. Antecedentes
7.3. El desarrollo de la Gran Guerra
7.4. El estallido del conflicto
7.5. Bandos
7.6. Fases
7.7. La organización de la Paz

Tema 8. La Revolución rusa y el ascenso de los regímenes totalitarios en el periodo de entreguerras

8.1. Introducción
8.2. La Revolución rusa
8.3. El comunismo
8.4. La crisis de 1929
8.5. Causas del ascenso de los fascismos
8.6. El fascismo italiano
8.7. El nazismo alemán

Tema 9. La II Guerra Mundial y sus consecuencias

9.1. Introducción
9.2. Causas de la II Guerra Mundial
9.3. Características del conflicto
9.4. Fases
9.5. Consecuencias de la II Guerra Mundial
9.6. La organización de la paz

Tema 10. La Guerra Fría

10.1. Introducción
10.2. Segunda Guerra Mundial y la posguerra (1939-1947)
10.3. Las conferencias
10.4. El telón de acero
10.5. Europa
10.6. Asia
10.7. La carrera al abismo: del aumento de las tensiones a la crisis de Cuba (1953-1962)
10.8. Las détente (1962-1979)
10.9. «segunda Guerra Fría»: Reagan, Gorbachov y el final de la Guerra Fría (1979-1989)
10.10. La caída del muro y la disolución de la Unión Soviética (1989-1991)
10.11. La Guerra Fría en América Latina

Asignatura 14

Comunicación institucional

Tema 1. La dirección de Comunicación

1.1. Introducción
1.2 Historia de la comunicación institucional
1.3. Principales características de la comunicación institucional
1.4. La dirección de comunicación
1.5. Guía para el análisis de la estructura de la comunicación

Tema 2. Ética, cultura y valores

2.1. Introducción.
2.2. Ética en la comunicación institucional
2.3. Cultura en la comunicación institucional
2.4. Valores en la comunicación institucional

Tema 3. Identidad e imagen corporativa

3.1. Introducción
3.2. Imagen de marca
3.3. Identidad
3.4. Errores en la imagen corporativa

Tema 4. Publicidad y comunicación

4.1. Introducción
4.2. Industria publicitaria
4.3. La importancia de la comunicación

Tema 5. Comunicación digital

5.1. Introducción
5.2. El papel de la comunicación digital
5.3. Ventajas de la comunicación digital

Tema 6. Gestión de eventos

6.1. Introducción
6.2. Definición
6.3. Gestión de eventos

Tema 7. Patrocinio y mecenazgo

7.1. Introducción
7.2. El patrocinio
7.3. El mecenazgo

Tema 8. Grupos de presión

8.1. Introducción
8.2. Definición
8.3. Los grupos de presión en comunicación

Tema 9. Comunicación interna

9.1. Introducción
9.2. Definición
9.3. Características de la comunicación interna

Tema 10. Crisis

10.1. Introducción
10.2. Crisis de la comunicación institucional
10.3. Nuevos retos de la comunicación institucional

Tema 11. Comunicación financiera

11.1. Introducción
11.2. La comunicación financiera
11.3. La importancia de la comunicación financiera

Tema 12. Protocolo empresarial

12.1. Introducción
12.2. Definición
12.3. Protocolo empresarial

Asignatura 15

Literatura y creación literaria

Tema 1. Los géneros literarios

1.1. Introducción
1.2. Definición de género literario
1.3. Definición histórica de los géneros literarios
1.4. Delimitación de los géneros literarios: poesía, narrativa, teatro y ensayo
1.5. Elegir el género

Tema 2. El proceso de creación y la ficción: de la idea inicial al texto narrativo

2.1. Introducción
2.2. Primeros pasos en el proceso de creación
2.3. De la idea inicial a la ficción
2.4. De la ficción al texto narrativo
2.5. El texto narrativo como acto de comunicación
2.6. Cómo idear una ficción

Tema 3. El autor y el estilo literario

3.1. Introducción
3.2. El escritor frente al autor
3.3. El estilo literario del autor
3.4. La influencia. Intertextualidad
3.5. Cómo elegir el estilo

Tema 4. El plano del discurso: el narrador, el narratario y la estructura

4.1. Introducción
4.2. El narrador y el punto de vista
4.3. El autor frente al narrador
4.4. El narratario
4.5. La estructura narrativa
4.6. Cómo construir el discurso

Tema 5. El plano de la historia: los personajes, el tiempo y el espacio

5.1. Introducción
5.2. El personaje
5.3. La voz del personaje. Las relaciones enunciativas
5.4. El tiempo narrativo
5.5. El espacio narrativo
5.6. Cómo crear la historia

Tema 6. El siglo XIX: la novela realista y naturalista

6.1. Introducción
6.2. El siglo XIX en Europa: breve panorama general
6.3. La cultura en el siglo XIX
6.4. La novela realista en Europa (mediados de siglo)
6.5. Algunos autores realistas: Flaubert, Dostoiveski y Tolstói
6.6. La novela naturalista (último tercio de siglo)

Tema 7. La narrativa de M. Proust y F. Kafka en las primeras décadas del siglo XX

7.1. Introducción
7.2. Del XIX al XX: la crisis fin de siglo
7.3. París a principios de siglo: la narrativa de Marcel Proust (1871-1922)
7.4. Praga a principios de siglo: la narrativa de Franz Kafka (1883-1924)
7.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Real Madrid

Tema 8. El Experimentalismo inglés: J. Joyce y V. Woolf. Años 10-20

8.1. Introducción
8.2. La renovación de la literatura en lengua inglesa desde principios del siglo XX
8.3. Virginia Woolf (1882-1941) y el Grupo Bloomsbury
8.4. La narrativa de James Joyce (1882-1941)

Tema 9. París antes y después de la guerra (entre los 20 y los 40). De la Generación Perdida al Existencialismo

9.1. Introducción
9.2. Los felices años 20 en París: Getrude Stein y la Generación Perdida
9.3. Años 30: hacia el compromiso en la literatura
9.4. Años 40: el Existencialismo

Tema 10. Años 50 y 60 en Estados Unidos. Tendencias de literatura y periodismo: la no ficción novel y el Nuevo Periodismo

10.1. Introducción
10.2. Estados Unidos tras la Segunda Guerra Mundial: literatura y periodismo en los años 50-60
10.3. La escuela del The New Yorker: John Hersey y sus novelas-reportaje
10.4. El Nuevo periodismo de los 60

Asignatura 16

Teoría de la publicidad

Tema 1. Fundamentos de la publicidad

1.1. Introducción
1.2. Nociones básicas sobre la publicidad y mercadotecnia
1.3. La Mercadotecnia
1.4. La publicidad
1.5. Publicidad, relaciones públicas y propaganda
1.6. Dimensiones y alcance social de la publicidad contemporánea
1.7. La publicidad de éxito: KFC

Tema 2. Historia de la publicidad

2.1. Introducción
2.2. Origen
2.3. La Revolución Industrial y la publicidad
2.4. El desarrollo de la industria publicitaria
2.5. La publicidad en el mundo Internet
2.6. Publicidad de éxito: estudio del caso Coca – Cola

Tema 3. La publicidad y sus protagonistas I: El anunciante

3.1. Introducción
3.2. El funcionamiento de la industria publicitaria
3.3. Tipos de anunciantes
3.4. La publicidad en el organigrama de la empresa
3.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Facebook

Tema 4. La publicidad y sus protagonistas II: Las agencias de publicidad

4.1. Introducción
4.2. La agencia de publicidad: profesionales de la comunicación publicitaria
4.3. La estructura organizativa de las agencias de publicidad
4.4. Tipos de agencias de publicidad
4.5. La gestión de honorarios en las agencias de publicidad
4.6. Publicidad de éxito: Nike

Tema 5. La publicidad y sus protagonistas III: El receptor publicitario

5.1. Introducción
5.2. El receptor publicitario y su contexto
5.3. El receptor publicitario como consumidor
5.4. Necesidades y deseos en la publicidad
5.5. Publicidad y memoria: sobre la eficacia publicitaria
5.6. Publicidad de éxito: estudio del caso Ikea

Tema 6. El proceso de creación publicitaria I: Del anunciante a los medios

6.1. Introducción
6.2. Aspectos preliminares sobre el proceso de creación publicitaria
6.3. El informe de publicidad o informe de comunicación
6.4. La estrategia creativa
6.5. Estrategia de medios
6.4. Publicidad de éxito: Apple

Tema 7. El proceso de creación publicitaria II: Creatividad y publicidad

7.1. Introducción
7.2. Fundamentos del trabajo creativo de los publicitarios
7.3. La creatividad publicitaria y su estatuto comunicativo
7.4. La labor creativa en publicidad
7.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Real Madrid

Tema 8. El proceso de creación publicitaria III: Ideación y desarrollo del manifiesto publicitario

8.1. Introducción
8.2. La concepción creativa y la estrategia
8.3. El proceso de la concepción creativa
8.4. Los diez caminos básicos de la creatividad según Lluis Bassat: los géneros publicitarios
8.5. Los formatos publicitarios
8.6. Publicidad de éxito: Mc Donalds

Tema 9. Planificación de medios publicitarios

9.1. Introducción
9.2. Los medios y la planificación
9.3. Los medios publicitarios y su clasificación
9.4. Herramientas para la planificación de medios
9.5. Publicidad de éxito: Pepsi

Tema 10. Publicidad, sociedad y cultura

10.1. Introducción
10.2. La relación entre publicidad y sociedad
10.3. Publicidad y emociones
10.4. Publicidad, sujetos y cosas
10.5. Publicidad de éxito: Burger King

Asignatura 17

Comunicación radiofónica

Tema 1. Historia de la radiodifusión

1.1 Introducción
1.2. Orígenes
1.3. Orson Welles y "La Guerra de los Mundos"
1.4. La radio en el mundo
1.5. La nueva radio

Tema 2. Panorama actual de la radio en Latinoamérica

2.1. Introducción.
2.2. Historia de la radio en Latinoamérica
2.3. Actualidad

Tema 3. El lenguaje radiofónico

3.1. Introducción
3.2. Características de la comunicación radiofónica
3.3. Elementos que configuran el lenguaje radiofónico
3.4. Características de la construcción de textos radiofónicos
3.5. Características de la redacción de textos radiofónicos
3.6. Glosario de los términos utilizados en el lenguaje radiofónico

Tema 4. El guion para radio. Creatividad y expresión

4.1. Introducción
4.2. El guion radiofónico
4.3. Principios básicos en la elaboración de un guion

Tema 5. Producción, realización y locución en radiodifusión

5.1. Introducción
5.2. Producción y realización
5.3. Locución radiofónica
5.4. Peculiaridades de la locución radiofónica
5.5. Ejercicios prácticos de respiración y locución

Tema 6. La improvisación en radiodifusión

6.1. Introducción
6.2. Peculiaridades del medio radiofónico
6.3. ¿Qué es la improvisación?
6.4. ¿Cómo se lleva a cabo la improvisación?
6.5. La información deportiva en radio. Características y lenguaje
6.6. Recomendaciones léxicas

Tema 7. Los géneros radiofónicos

7.1. Introducción
7.2. Los géneros radiofónicos
7.3. La noticia
7.4. La crónica
7.5. El reportaje
7.6. La entrevista
7.7. La mesa redonda y el debate

Tema 8. La investigación de audiencias en radio

8.1. Introducción
8.2. Investigación en radio e inversión publicitaria
8.3. Principales métodos de investigación
8.4. Estudio General de Medios
8.5. Resumen del Estudio General de Medios
8.6. Radio tradicional versus radio en línea

Tema 9. El sonido digital

9.1. Introducción
9.2. Conceptos básicos acerca del sonido digital
9.3. Historia de la grabación de sonido
9.4. Principales formatos de sonido digital
9.5. Edición de sonido digital. Audacity

Tema 10. El nuevo radiofonista

10.1. Introducción
10.2. El nuevo radiofonista
10.3. La organización formal de las emisoras
10.4. La tarea del redactor
10.5. La reunión de contenidos
10.6. ¿Inmediatez o calidad?

Asignatura 18

Periodismo cultural

Tema 1. La red de la comunicación digital

1.1. El periodismo cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital
1.1.1. Objetivos y fuentes del periodismo cultural en los medios audiovisuales
1.1.2. Conocer al público y saber dónde encontrarlo
1.1.3. Programas y géneros del periodismo cultural en medios lineales y no lineales de Radio y Televisión

Tema 2. El arte de contar las historias

2.1. La perspectiva de la narratología y el arte de contar historias
2.2. Autoconocimiento, motivación y metas personales en el ejercicio del periodismo cultural
2.3. La creatividad y el punto de vista del relato periodístico
2.4. El rigor informativo en la información cultural
2.5. La identidad y el estilo marca personal

Tema 3. Documentación periodística

3.1. Guías esenciales de documentación periodística cultural
- 3.1.1. Documentación histórica
- 3.1.2. Documentación actual
- 3.1.3. La rabiosa actualidad

Tema 4. Tendencias actuales de la comunicación aplicadas al periodismo cultural

4.1. La filosofía 3.0 de la comunicación
4.2. La web 3.0: definiciones y características
4.3. El periodismo cultural en la web 3.0
4.4. Características de la redacción periodística a partir de la convergencia

Tema 5. Las redes sociales y el periodismo

5.1. Gestión de medios y redes sociales
- 5.1.1. Facebook
- 5.1.2. Twitter
- 5.1.3. Instagram
- 5.1.4. Linkedin
- 5.1.5. Otras redes

5.2. Contenidos periodísticos interactivos
- 5.2.1. El rol del profesional del periodismo
- 5.2.2. Informar o entretener
- 5.2.3. Más medios digitales
- 5.2.4. Contenidos de periodismo interactivo

5.3. Los paradigmas de la comunicación
- 5.3.1. La audiencia y el usuario
- 5.3.2. El medio y el contenido
- 5.3.3. El soporte
- 5.3.4. El tiempo
- 5.3.5. La desinformación

Tema 6. La visibilidad de la información sobre cultura en la Red

6.1. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados
- 6.1.1. Posicionamiento en buscadores (SEO)
- 6.1.2. Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)
- 6.1.3. Optimización de redes sociales (SMO)
- 6.1.4. Mercadotecnia de medios sociales (SMM)
- 6.1.5. Gestión de reputación en buscadores (SERM)

Asignatura 19

Narrativa audiovisual

Tema 1. La narrativa audiovisual

1.1. Introducción
1.2. Conceptos fundamentales de la Narrativa Audiovisual
1.3. Una aproximación metodológica
1.4. Particularidades del discurso audiovisual
1.5. El lenguaje audiovisual
1.6. La imagen
1.7. El sonido

Tema 2. El discurso y las estancias enunciadoras

2.1. Introducción
2.2. Las funciones del relato
2.3. La construcción del texto narrativo
2.4. Las instancias enunciadoras
2.5. Tipologías de narradores
2.6. La focalización
2.7. El narratario

Tema 3. La historia y los ejes de la narración

3.1. Introducción
3.2. La historia
3.3. La acción narrativa
3.4. El tiempo
3.5. El espacio
3.6. El sonido

Tema 4. La construcción del discurso audiovisual: el guion

4.1. Introducción
4.2. El guion
4.3. La idea
4.4. Los géneros
4.5. El cine fantástico y de terror
4.6. El cine bélico
4.7. La comedia
4.8. El musical
4.9. El documenta
4.10. os personajes y el diálogo
4.11. El guion literario vs el guion técnico

Tema 5. Teoría y análisis del montaje fílmico

5.1. Introducción
5.2. Definición del montaje
5.3. Las unidades básicas de la narrativa fílmica
5.4. Primeras aproximaciones teóricas
5.5. Tipos de montaje
5.6. El montaje invisible: la continuidad cinematográfica (raccord). Glosario sobre el montaje

Tema 6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la posmodernidad

6.1. Introducción
6.2. Los orígenes del cine
6.3. El cine de los orígenes: la articulación espacio-temporal
6.4. Las vanguardias y el cine
6.5. El cine de Hollywood
6.6. El cine de arte y el ensayo
6.7. El cine contemporáneo

Tema 7. El cine informático: de los noticiarios al documental

7.1. Introducción
7.2. El cine informativo
7.3. Los noticiarios cinematográficos
7.4. El documental
7.5. El cine informativo de ficción
7.6. El valor de los informativos como fuente histórica

Tema 8. El discurso televisivo: información y entretenimiento

8.1. Introducción
8.2. El discurso televisivo
8.3. Narratología de la información audiovisual
8.4. Los géneros de la información audiovisual
8.5. El infoentretenimiento
8.6. Los programas de entretenimiento
8.7. El relato televisivo de ficción

Tema 9. El discurso publicitario audiovisual: anuncio, tráiler y videoclip

9.1. Introducción
9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
9.3. Anuncio
9.4. Tráiler
9.5. Videoclip

Tema 10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital

10.1. Introducción
10.2. El paradigma digital
10.3. Los nuevos medios del siglo XXI
10.4. Nuevas prácticas mediáticas
10.5. La condición postmedia

Asignatura 20

Cultura audiovisual

Tema 1. La Posmodernidad en el ámbito audiovisual

1.1. ¿Qué es la posmodernidad?
1.2. La cultura de masas en la era posmoderna
1.3. La irrupción de los discursos argumentativos
1.4. La cultura del simulacro

Tema 2. Semiótica: los símbolos en la cultura audiovisual

2.1. ¿Qué es la semiótica?
2.2. ¿Semiótica o semiología?
2.3. Los códigos semióticos
2.4. Los motivos visuales

Tema 3. Aprender a mirar

3.1. Imagen y contexto
3.2. La mirada etnográfica
3.3. La fotografía como cruce de miradas
3.4. Antropología visual

Tema 4. La composición de la imagen

4.1. Puntualizaciones
4.2. El equilibrio dinámico
4.3. Peso y dirección visual
4.4. Reglas básicas

Tema 5. La estética en lo audiovisual

5.1. ¿Qué es la Estética?
5.2. Las categorías estéticas
5.3. Lo grotesco y lo abyecto
5.4. El arte de lo kitsch y lo camp

Tema 6. Nuevas y renovadas formas de lo audiovisual

6.1. El videoarte viral
6.2. La base de datos como práctica artística
6.3. El video mapping
6.4. Los Vj's

Tema 7. La intertextualidad como estrategia creativa

7.1. ¿Qué es la intertextualidad?
7.2. La cita
7.3. La alusión
7.4. El plagio
7.5. El apropiacionismo
7.6. La autorreferencialiadad
7.7. La parodia

Tema 8. El diálogo entre las artes

8.1. La intermedialidad
8.2. La hibridación de las artes
8.3. El Clasicismo y la separación de las artes
8.4. El Romanticismo y la definitiva unión de las artes
8.5. El Arte Total en las vanguardias
8.6. Las narrativas transmedia

Tema 9. El nuevo cine

9.1. Las relaciones entre cine, cultura e historia
9.2. Una evolución tecnología (im)previsible
9.3. ¡El cine ha muerto!
9.4. El cine expandido

Tema 10. El auge del documental

10.1. El documental
10.2. Estrategias de la objetividad
10.3. El auge del falso documental
10.4. El metraje encontrado

Asignatura 21

Movimientos artísticos contemporáneos

Tema 1. Introducción

1.1. La búsqueda de la modernidad en la arquitectura contemporánea
1.2. La Arquitectura Occidental desde mediados del siglo XIX hasta la I Guerra Mundial

Tema 2. El Movimiento Moderno en arquitectura

2.1. Racionalismo, funcionalismo y vanguardia. Movimiento Moderno y Estilo Internacional
2.2. Las utopías del futurismo, expresionismo y constructivismo ruso
2.3. Arquitectura y totalitarismo

Tema 3. La arquitectura después de la II Guerra Mundial (1945-1965)

3.1. La difusión del Estilo Internacional en Estados Unidos y la reconstrucción de posguerra en Europa
3.2. La evolución de los CIAM (Congreso Internacional de Arquitectura Moderna) y el Urbanismo Racionalista
3.3. El Organicismo
3.4. Brutalismo y expresionismo estructural

Tema 4. Arquitectura de la deconstrucción y el reciclaje (1965-actual)

4.1. La alta tecnología
4.2 La Deconstrucción en arquitectura
4.3. La era de la dispersión

Tema 5. El Impresionismo y los orígenes del arte moderno I

5.1. El Impresionismo: el color como herramienta de transformación de la pintura
5.2. Las vanguardias históricas: Postimpresionismo, Puntillismo, Neoimpresionismo, Fauvismo

Tema 6. El Impresionismo y los orígenes del arte moderno II

6.1. La vía analítica: el Cubismo y la transformación del arte desde el volumen de las cosas. El Futurismo
6.2. La vía espiritual: Kandinsky, Malevich, Mondrian y la abstracción
6.3. La vía subjetiva: expresionismos y surrealismos

Tema 7. El nuevo sistema del arte tras la II Guerra Mundial. La institucionalización de la vanguardia

7.1 La vía intelectual: Duchamp, del dadaísmo al arte conceptual

Tema 8. El Arte pop: gusto popular y Kistch vs. "alta cultura"

8.1. La vía irónica: Warhol y el arte pop
8.2 Influencias del Arte pop en el cine

Tema 9. Arte minimal y conceptual

9.1. Hacia la desmaterialización de la obra de arte: arte minimal y arte conceptual
9.2. Artes de la acción: la crítica al sistema. Performance, improvisación, arte corporal, arte terrestre

Tema 10. La posmodernidad. El retorno a la pintura: transvanguardia y neoexpresionismo

10.1. El retorno de la pintura: transvanguardia y neoexpresionismos
10.2. Arte y posestructuralismo
10.3. Las opciones comprometidas

Asignatura 22

Teoría y técnica de la realización

Tema 1. La Realización como construcción de la obra audiovisual. El equipo de trabajo

1.1. Del guion literario al guion técnico o escaleta
1.2. El equipo de trabajo

Tema 2. Los elementos de la puesta en pantalla. Los materiales de la construcción

2.1. La preadaptación espacial. Dirección artística
2.2. Los elementos de la puesta en pantalla

Tema 3. La preproducción. Los documentos de la realización

3.1. El guion técnico
3.2. La planta escenográfica
3.3. El guion gráfico
3.4. Planificar
3.5. El plan de rodaje

Tema 4. El valor expresivo del sonido

4.1. Tipología de los elementos sonoros
4.2. Construcción del espacio sonoro

Tema 5. El valor expresivo de la luz

5.1. Valor expresivo de la luz
5.2 Técnicas de iluminación básicas

Tema 6. Técnicas básicas de rodaje monocámara

6.1. Usos y técnicas del rodaje monocámara
6.2. El subgénero del metraje encontrado. Cine de ficción y documental
6.3. La realización monocámara en televisión

Tema 7. El montaje

7.1. El montaje como ensamblaje. La reconstrucción del espacio-tiempo
7.2. Técnicas de preparación del montaje no lineal

Tema 8. Postproducción y etalonaje

8.1. Postproducción
8.2. Concepto de montaje vertical
8.3. Etalonaje

Tema 9. Los formatos y el equipo de realización

9.1. Formatos multicámara
9.2. El estudio y el equipo

Tema 10. Claves, técnicas y rutinas en la realización multicámara

10.1. Técnicas multicámara
10.2. Algunos formatos habituales

Asignatura 23

Estructura del sistema audiovisual

Tema 1. Una introducción a las Industrias Culturales (I.C.)

1.1 Conceptos de cultura. Cultura-Comunicación
1.2 Teoría y evolución de las I.C.: tipología y modelos

Tema 2. Industria cinematográfica I

2.1. Características y agentes principales
2.2. Estructura del sistema cinematográfico

Tema 3. Industria cinematográfica II

3.1. La industria cinematográfica estadounidense
3.2. Las productoras independientes
3.3. Problemas y debates en la industria cinematográfica

Tema 4. Industria cinematográfica III

4.1. La regulación cinematográfica: Estado y cultura. Políticas de protección y promoción de la cinematografía
4.2. Caso de estudio

Tema 5. Industria televisiva I

5.1. La televisión económica
5.2. Modelos fundadores
5.3. Transformaciones

Tema 6. Industria televisiva II

6.1. La industria televisiva norteamericana
6.2. Características principales
6.3. La regulación estatal

Tema 7. Industria televisiva III

7.1. La televisión de servicio público
7.2. Crisis y debates

Tema 8. Los ejes del cambio

8.1. Los nuevos procesos en el audiovisual
8.2. Debates regulatorios

Tema 9. Televisión Digital Terrestre (TDT)

9.1. Papel del Estado y experiencias
9.2. Las nuevas características del sistema televisivo

Tema 10. Nuevos operadores en el paisaje audiovisual

10.1. Plataformas de servicios de libre transmisión (OTT)
10.2. Consecuencias de su aparición

Asignatura 24

Postproducción digital

Tema 1. El archivo de vídeo digital

1.1. Introducción
1.2. La señal digital
1.3. Conceptos básicos
1.4. La imagen digital

Tema 2. La cámara de fotografía y vídeo I: captación de la imagen

2.1. Proceso de captación tradicional
2.2. La cámara

Tema 3. La cámara de fotografía y vídeo II: captación de la imagen

3.1. El funcionamiento de la cámara
3.2. La composición digital

Tema 4. Edición de vídeo: el montaje I

4.1. Procesos finales del cine
4.2. Tipos de montaje

Tema 5. Edición de vídeo: el montaje II

5.1. Las herramientas del montador
5.2. El trabajo del montador

Tema 6. Edición de vídeo: la postproducción

6.1. De la edición Lineal a la No Lineal
6.2. Programas de composición digital en postproducción

Tema 7. El sonido. Captación y edición de audio

7.1. Cualidades y conceptos básicos
7.2. La edición del sonido

Tema 8. Tecnologías del plató de televisión

8.1. Televisión digital
8.2. Tecnologías de la edición y postproducción en televisión

Tema 9. Postproducción para soportes interactivos

9.1. La obra multimedia interactiva
9.2. Puesta en marcha de un proyecto hipermedia

Tema 10. Nuevas tecnologías en la creación audiovisual

10.1. Nuevas tecnologías en la creación audiovisual
10.2. La distribución en el nuevo mundo de multidifusión

Asignatura 25

Producción audiovisual

Tema 1. La producción audiovisual

1.1. Conceptos de introducción
1.2. La industria audiovisual

Tema 2. El equipo de producción

2.1. Los profesionales
2.2. El productor y el guion

Tema 3. El proyecto audiovisual

3.1. La gestión de proyectos
3.2. Evaluación del proyecto
3.3. Presentación de proyectos

Tema 4. Modalidades de producción y financiación

4.1. Financiación de la producción audiovisual
4.2. Modos de producción audiovisual
4.3. Recursos para la financiación previa

Tema 5. El equipo de producción y el desglose del guion

5.1. El equipo de producción
5.2. El desglose del guion

Tema 6. Los espacios del rodaje

6.1. Las localizaciones
6.2. Los decorados

Tema 7. El reparto y los contratos del rodaje

7.1. El reparto o casting
7.2. La prueba de casting
7.3. Contratos, derechos y seguros

Tema 8. El plan de trabajo y el presupuesto de la obra audiovisual

8.1. El plan de trabajo
8.2. El presupuesto

Tema 9. La producción en el rodaje o grabación

9.1. La preparación del rodaje
9.2. El equipo y los medios del rodaje

Tema 10. La postproducción y el balance final de la obra audiovisual

10.1. El montaje y la postproducción
10.2. Balance final y explotación

Asignatura 26

Historia del cine y la televisión

Tema 1. Orígenes del cine

1.1. Exponer
- 1.1.1. Lumière, 1895
- 1.1.2. Méliès

1.2. Relatar
- 1.2.1. Alice Guy
- 1.2.2. Edwin S. Porter

1.3. Componer
- 1.3.1. David W. Griffith

1.4. De la exposición del movimiento a la narración argumental

Tema 2. Industria cinematográfica

2.1. Irrupción del sonido
2.2. Guionistas y directores/as
2.3. ¿Mudo o sonoro?
- 2.3.1. De 1929 a 1939

2.4. Hollywood
- 2.4.1. Estilo clásico de 1940 a 1960

2.5. Años 60
- 2.5.1. Tradición
- 2.5.2. Nueva perspectiva

2.6. De los años 80 a la actualidad
- 2.6.1. Consumo global
- 2.6.2. Séptimo arte

Tema 3. Cine y propaganda durante la Segunda Guerra Mundial

3.1. Propaganda nazi
- 3.1.1. Leni Riefensthal
  - 3.1.1.1. Estética del triunfo

3.2. Propaganda estadounidense
- 3.2.1. Propaganda didáctica del ejército

3.3. Cine e Historia
- 3.3.1. Cine histórico
  - 3.3.1.1. Documentales
  - 3.3.1.2. Ficción
- 3.3.2. Historia en televisión
  - 3.3.2.1. Imágenes
  - 3.3.2.2. Palabras

Tema 4. Género documental I

4.1. Origen
- 4.1.1. Documental etnográfico
  - 4.1.1.1. Flaherty
- 4.1.2. Documental social
  - 4.1.2.1. Grierson
  - 4.1.2.2. Ivens
- 4.1.3. Explorando el mundo
  - 4.1.3.1. Próximo
  - 4.1.3.2. Remoto
- 4.1.4. Fundamentos
  - 4.1.4.1. Estéticos
  - 4.1.4.2. Éticos

Tema 5. Género documental II

5.1. Cine directo
- 5.1.1. Innovación en el camino cinematográfico
- 5.1.2. Narrando con la realidad
  - 5.1.2.1. Frederick Wiseman
- 5.1.3. Auge del documental
  - 5.1.3.1. Años 70
  - 5.1.3.2. Nuevas estrategias narrativas
    - 5.1.3.2.1. Michael Moore
  - 5.1.3.3. Siglo XX
  - 5.1.3.4. Legado
  - 5.1.3.5. Avance

Tema 6. Televisión I

6.1. Guion
- 6.1.1. Televisivo
- 6.1.2. Plataformas de vídeo en transmisión
- 6.1.3. Novelas visuales
- 6.1.4. Término de la televisión tradicional
- 6.1.5. Renovado auge de la televisión
  - 6.1.5.1. Norteamérica
- 6.1.6. Series en el siglo XIX

Tema 7. Televisión II

7.1. Ficción estadounidense
- 7.1.1. Etapa fundacional
  - 7.1.1.1. Single Play
  - 7.1.1.2. Western
  - 7.1.1.3. Acción

Tema 8. Televisión III

8.1. Ficción estadounidense
- 8.1.1. Evolución de géneros
  - 8.1.1.1. Policiaco
  - 8.1.1.2. Ciencia ficción
  - 8.1.1.3. Comedia
  - 8.1.1.4. Drama profesional

8.2. Ficción estadounidense
- 8.2.1. Evolución y auge
  - 8.2.1.1 Mini-series
  - 8.2.1.2. Infantil y juvenil
  - 8.2.1.3. Animación adulta
  - 8.2.1.4. Telenovelas

8.3. Ficción latinoamericana
- 8.3.1. Predominio de las telenovelas

Tema 9. Narrativas en el cine actual

9.1. Narrativas modulares
- 9.1.1. Anacrónicas
- 9.1.2. Entrecruzadas
- 9.1.3. Gamificación

Asignatura 27

Cine norteamericano y cine europeo

Tema 1. Los orígenes del cine. Primeros movimientos cinematográficos

1.1. El grupo de los pioneros
1.2. El cine de Georges Melié
1.3. La Escuela de Brighton
1.4. Fil d'Art
1.5. Movimiento Kolosal

Tema 2. La articulación del lenguaje cinematográfico. El esplendor del cine mudo

2.1. Hacia un lenguaje cinematográfico: David W. Griffith
2.2. Cine expresionista alemán
2.3. El cine revolucionario soviético

Tema 3. Cine clásico de Hollywood I

3.1. El sistema de estudios
3.2. Las estrellas de Hollywood
3.3. Hollywood: fábrica de géneros
3.4. La teoría de los géneros cinematográficos

Tema 4. Cine clásico de Hollywood II

4.1. Los géneros en el cine clásico estadounidense: el drama, la comedia, cine negro

Tema 5. Cine clásico de Hollywood III

5.1. Los géneros en el cine clásico estadounidense: el suspense, el western, cine bélico, el musical
5.2. La evolución de los géneros

Tema 6. El cine europeo tras la II Guerra mundial

6.1. La crisis del modelo clásico: contexto histórico. El Neorrealismo
6.2. Los nuevos cines: Nouvelle vague
6.3. Los nuevos cines: el Free Cinema

Tema 7. Vanguardias clásicas y modernas

7.1. El cine experimental
7.2. Expresionismo, dadaísmo, surrealismo
7.3. Casos de estudio

Tema 8. Pervivencia y ocaso de los clásicos. El Nuevo Hollywood

8.1. Aportaciones europeas al cine americano
8.2. Autores y películas

Tema 9. Otros cines de la era contemporánea

9.1. Cine social británico
9.2. Movimiento Dogma
9.3. Cine de autor

Tema 10. Tecnología y estética: el cine en la era del audiovisual

10.1. La llegada del Cine digital
10.2. Estudio de caso

Asignatura 28

Guion de cine

Tema 1. Escribir para la pantalla

1.1. Introducción
1.2. Modelos y estructuras de guion

Tema 2. Narrar con imágenes

2.1. El guion como discurso narrativo
2.2. El guion como escritura de paso

Tema 3. El guionista

3.1. De la idea al guion
3.2. Métodos de trabajo

Tema 4. La unidad mínima del drama

4.1. El conflicto
4.2. La trama

Tema 5. Los personajes

5.1. Temas
5.2. Arcos de transformación
5.3. Personajes secundarios

Tema 6. La biblia y los diálogos

6.1. La biblia de personajes
6.2. Los diálogos

Tema 7. Dramatización I

7.1. Estructuras del guion
7.2. El primer acto

Tema 8. Dramatización II

8.1. El segundo acto
8.2. El tercer acto

Tema 9. Dramatización III

9.1. Recursos narrativos
9.2. Escenas y secuencias

Tema 10. El proceso de trabajo

10.1. El proceso de escritura del guion de ficción
10.2. Formatos de presentación
10.3. La reescritura del guion

Asignatura 29

Cine en América, Hispanoamérica, Asia y África

Tema 1. Aproximación teórica y metodológica

1.1. Debates teóricos sobre terminología y categorías geopolíticas
1.2. El estudio del cine periférico
1.3. El estudio del cine latinoamericano

Tema 2. Historia del cine hispanoamericano

2.1. Argentina
2.2. México
2.3. Otras cinematografías

Tema 3. Claves del cine hispanoamericano contemporáneo I

3.1. Argentina
3.2. México

Tema 4. Claves del cine hispanoamericano contemporáneo II

4.1. Brasil
4.2. Uruguay
4.3. Chile
4.4. Colombia

Tema 5. Cine transnacional en Hispanoamérica

5.1. El cine (trans) nacional de América Latina
5.2. Las relaciones cinematográficas entre México, Argentina y España
5.3. Coproducciones cinematográficas

Tema 6. El cine en Asia

6.1. El cine en un contexto periférico
6.2. El nacimiento de la industria del cine
6.3. El desarrollo del cine en Asia

Tema 7. El cine en África

7.1. Nigeria
7.2. Marruecos
7.3. Otras cinematografías

Tema 8. El cine en India

8.1. El primer cine
8.2. El cine de la India independiente
8.3. De Satyajit Ray al nuevo cine
8.4. Cine contemporáneo: Bollywood

Tema 9. Perspectivas transnacionales. Cine en diáspora

9.1. Cine de la diáspora
9.2. Cine colonial español en África
9.3. Otros cines de la diáspora y perspectivas transnacionales

Tema 10. Cine de las mujeres en Hispanoamérica, Asia, África e India

10.1. Introducción
10.2. Latinoamérica, España
10.3. Asia, Norte de África, India

Asignatura 30

Estudios televisivos

Tema 1. Los estudios televisivos

1.1. El desarrollo de los estudios televisivos
1.2. Perspectivas críticas en torno a la televisión

Tema 2. Estudiar la televisión

2.1. Introducción
2.2. La industria
2.3. Televisión y nación
2.4. Estudiando los programas
2.5. Televisión y sociedad
2.6. Audiencias televisivas

Tema 3. Historias de la televisión. Culturas televisivas

3.1. Historias de la televisión
3.2. Culturas televisivas

Tema 4. Los contenidos de la televisión

4.1. Textos y narrativas televisivas
4.2. Géneros y formatos televisivos

Tema 5. Realidades televisivas. Las audiencias de la televisión

5.1. Realidades televisivas
5.2. Audiencias televisivas

Tema 6. Más allá de la televisión

6.1. La televisión que no vemos
6.2. Más allá de la televisión

Tema 7. La televisión en Europa

7.1. Reino Unido
7.2. Francia
7.3. Otras experiencias europeas de la televisión

Tema 8. La televisión en Estados Unidos

8.1. Los orígenes de la televisión en Estados Unidos
8.2. El desarrollo de la televisión comercial
8.3. La televisión de la fragmentación

Tema 9. La televisión en Latinoamérica

9.1. El modelo de televisión latinoamericana
9.2. Principales experiencias nacionales

Tema 10. La televisión en Asia y África

10.1. El modelo de televisión en África y Asia
10.2. Principales experiencias nacionales

Asignatura 31

Realización de ficción y dirección de actores

Tema 1. La realización de ficción

1.1. Introducción
1.2. El proceso y sus herramientas

Tema 2. Las ópticas y la cámara

2.1. Las ópticas y el encuadre
2.2. El movimiento de la cámara
2.3. La continuidad

Tema 3. La luz y el color: aspectos teóricos

3.1. Exposición
3.2. Teoría del color

Tema 4. La iluminación en el cine

4.1. Herramientas
4.2. La iluminación como narrativa

Tema 5. El color y las ópticas

5.1. El control del color
5.2. Las ópticas
5.3. El control de la imagen

Tema 6. El trabajo en el rodaje

6.1. La lista de planos
6.2. El equipo y sus funciones

Tema 7. Cuestiones técnicas para la dirección de cine

7.1. Los recursos de la técnica

Tema 8. La visión de los directores

8.1. Los directores toman la palabra

Tema 9. Transformaciones digitales

9.1. Transformaciones analógico-digitales en la fotografía cinematográfica.
9.2. El reinado de la posproducción digital

Tema 10. Dirección de actores

10.1. Introducción
10.2. Principales métodos y técnicas
10.3. El trabajo con los actores

Asignatura 32

Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

Tema 1. Los conceptos de cultura, economía, comunicación, tecnología, Industrias Culturales

1.1. Cultura, Economía, Comunicación
1.2. Las Industrias Culturales
1.3. Tecnología, comunicación y cultura

Tema 2. La cultura artesanal mercantilizada

2.1. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
2.2. Museos y patrimonio

Tema 3. Los grandes sectores de las Industrias Culturales

3.1. Los productos editoriales
3.2. Las I.C. de flujo
3.3. Los modelos híbridos

Tema 4. La era digital en las industrias culturales

4.1. Las Industrias Culturales Digitales
4.2. Nuevos modelos en la Era Digital

Tema 5. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital

5.1. El negocio de la prensa en línea
5.2. La radio en el entorno digital
5.3. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital

Tema 6. La globalización y la diversidad en la cultura

6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las Industrias Culturales
6.2. La lucha por la diversidad cultural

Tema 7. Las políticas culturales y de cooperación

7.1. Políticas culturales
7.2. El papel de los Estados y de las regiones de países

Tema 8. La diversidad musical en la nube

8.1. El sector de la música hoy en día
8.2. La nube
8.3. Iniciativas latino/iberoamericanas

Tema 9. Diversidad en la industria audiovisual

9.1. Del pluralismo a la diversidad
9.2. Diversidad, cultura y comunicación
9.3. Conclusiones y propuestas

Tema 10. Diversidad audiovisual en Internet

10.1. El sistema audiovisual en la era de Internet
10.2. La oferta televisiva y la diversidad
10.3. Conclusiones

Asignatura 33

Estudios fílmicos

Tema 1. ¿Qué es el cine? Introducción y algunos conceptos básicos I

1.1. Formas de entender el Cine. principales enfoques

Tema 2. ¿Qué es el cine? Introducción y algunos conceptos básicos II

2.1. Modos y Mundos Cinematográficos: Documental, Experimental y Ficción
2.2. Nacimiento y desarrollo de las teorías cinematográficas. La crítica y la academia
2.3. Los estudios fílmicos como disciplina

Tema 3. Metodología, estructura y nociones básicas en la investigación del cine

3.1. Fundamentos del método científico
3.2. El método científico aplicado al estudio del cine
3.3. El diseño de un trabajo de investigación

Tema 4. Realismos

4.1. Los realismos clásicos
4.2. Nuevos realismos

Tema 5. El cine se reivindica: cine de autor y Tercer Cine

5.1. Cine de autor
5.2. Tercer cine

Tema 6. Formalismo y textualismo I

6.1. El formalismo ruso: Vertov, Eisenstein
6.2. La pasión textual y el cine como lenguaje: semiótica

Tema 7. Formalismo y textualismo II

7.1. La pasión textual y el cine como lenguaje: Estructuralismo
7.2. La reforma postestructuralista

Tema 8. Representación y cultura

8.1. Representación y cultura en los medios audiovisuales
8.2. Feminismo y estudios de género, teoría queer

Tema 9. Políticas identitarias. Teorías de la recepción

9.1. Multiculturalismo, raza y representación
9.2. Teorías de la recepción

Tema 10. El análisis del cine contemporáneo

10.1. El cine-espectáculo
10.2. Fundamentos de estética audiovisual contemporánea

Asignatura 34

Cine informativo y documental

Tema 1. Introducción al cine documental

1.1. Introducción
1.2. El cine de los inicios y los principios del cine documental

Tema 2. El documental y la realidad

2.1. Documental, realidad, verdad

Tema 3. El documental y el cine informativo en el periodo de entreguerras I

3.1. Cine de propaganda soviético
3.2. La Escuela documental británica

Tema 4. El documental y el cine informativo en el periodo de entreguerras II

4.1. Cine político en Francia en el periodo de entreguerras
4.2. La propaganda cinematográfica en la Alemania nazi (1933-1939)
4.3. El gobierno italiano, productor de cine (1922-1939)

Tema 5. El documental y el cine informativo durante la II Guerra Mundial

5.1. Cine de no ficción británico durante la II Guerra Mundial
5.2. Producciones cinematográficas norteamericanas de propaganda durante la II Guerra Mundial
5.3. Documentales alemanes durante la II Guerra Mundial

Tema 6. Las vanguardias del documental. Cine directo y cine de realidad

6.1. Las vanguardias cinematográficas de los años 60
6.2. Cine directo y cine de realidad

Tema 7. Falsos documentales

7.1. El falso documental
7.2. Mofumentales

Tema 8. El documental en la era de Internet

8.1. Documental, tecnología digital y la Web 2.0
8.2. La subjetividad en el documental actual: Michael Moore

Tema 9. Historia, memoria y archivo

9.1. Películas de compilación y de metraje encontrado

Tema 10. Otros géneros de documental y cine informativo

10.1. Documental de divulgación científica

Asignatura 35

Géneros, formatos y programación en televisión

Tema 1. El género en televisión

1.1. Introducción
1.2. Los géneros de la televisión

Tema 2. El formato en televisión

2.1. Aproximación al concepto de formato
2.2. Los formatos de la televisión

Tema 3. Crear televisión

3.1. El proceso creativo en entretenimiento
3.2. El proceso creativo en ficción

Tema 4. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual I

4.1. La consolidación del formato
4.2. El formato de la telerrealidad
4.3. Novedades en TV de realidad
4.4. Televisión Digital Terrestre y crisis financiera

Tema 5. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual II

5.1. Los mercados emergentes
5.2. Marcas globales
5.3. La televisión se reinventa
5.4. La era de la globalización

Tema 6. Vender el formato

6.1. Venta de un formato televisivo
6.2. El discurso de venta

Tema 7. Introducción a la programación televisiva

7.1. La función de la programación
7.2. Factores que inciden en la programación

Tema 8. Los modelos de programación televisiva

8.1. Estados Unidos y Reino Unido
8.2. España

Tema 9. El ejercicio profesional de la programación televisiva

9.1. El departamento de programación
9.2. Programar para televisión

Tema 10. El estudio de las audiencias

10.1. Investigación de la audiencia en televisión
10.2. Conceptos e índices de audiencia

Asignatura 36

El público audiovisual

Tema 1. Las audiencias en los medios audiovisuales

1.1. Introducción
1.2. La constitución de las audiencias

Tema 2. El estudio de las audiencias: las tradiciones I

2.1. Teoría de los efectos
2.2. Teoría de usos y gratificaciones
2.3. Los estudios culturales

Tema 3. El estudio de las audiencias: las tradiciones II

3.1. Estudios sobre la recepción
3.2. Las audiencias hacia los estudios humanistas

Tema 4. Las audiencias desde una perspectiva económica

4.1. Introducción
4.2. La medición de las audiencias

Tema 5. Las teorías de la recepción

5.1. Introducción a las teorías de la recepción
5.2. Aproximación histórica a los estudios de la recepción

Tema 6. Las audiencias en el mundo digital

6.1. Entorno digital
6.2. Comunicación y cultura de la convergencia
6.3. El carácter activo de las audiencias
6.4. Interactividad y participación
6.5. La transnacionalidad de las audiencias
6.6. Las audiencias fragmentadas
6.7. La autonomía de las audiencias

Tema 7. Audiencias: las preguntas esenciales I

7.1. Introducción
7.2. Quiénes son
7.3. Por qué consumen

Tema 8. Audiencias: las preguntas esenciales II

8.1. Qué consumen
8.2. Cómo consumen
8.3. Con qué efectos

Tema 9. El modelo de fidelización I

9.1. El modelo de fidelización como metadimensión del comportamiento de las audiencias
9.2. La compleja valoración del modelo de fidelización

Tema 10. El modelo de fidelización II

10.1. Introducción. Las dimensiones del modelo de fidelización
10.2. El modelo de fidelización y las experiencias de los usuarios
10.3. El modelo de fidelización como respuesta emocional de las audiencias
10.4. El modelo de fidelización como resultado de cognición humana
10.5. Los comportamientos observables de las audiencias como expresión del modelo de fidelización

Asignatura 37

Guion de televisión: programas y ficción

Tema 1. Narrativa televisiva

1.1. Conceptos y límites
1.2. Códigos y estructuras

Tema 2. Categorías narrativas en televisión

2.1. La enunciación
2.2. Personajes
2.3. El espacio
2.4. El tiempo

Tema 3. Géneros y formatos televisivos

3.1. Unidades narrativas
3.2. Géneros y formatos televisivos

Tema 4. Formatos de ficción

4.1. La ficción televisiva
4.2. La comedia de situación
4.3. Las series dramáticas
4.4. La telenovela
4.5. Otros formatos

Tema 5. El guion de ficción en televisión

5.1. Introducción
5.2. La técnica

Tema 6. El drama en televisión

6.1. La serie dramática
6.2. La telenovela

Tema 7. Las series de comedia

7.1. Introducción
7.2. La sitcom

Tema 8. El guion de entretenimiento

8.1. El guion paso a paso
8.2. Escribir para decir

Tema 9. Escritura del guion de entretenimiento

9.1. Reunión de guion
9.2. Guion técnico
9.3. Desglose de producción
9.4. La escaleta

Tema 10. Diseño del guion de entretenimiento

10.1. Revistas
10.2. Programa de humor
10.3. Programa de talento
10.4. Documental
10.5. Otros formatos

Asignatura 38

Cine, televisión y sociedad contemporánea

Tema 1. Visualidad y mirada

1.1. Aprender a mirar
1.2. La antropología visual
1.3. La visión

Tema 2. Imágenes de la diferencia

2.1. La construcción
2.2. La representación
2.3. La significación

Tema 3. El imaginario

3.1. El imaginario
3.2. Estructuras antropológicas del imaginario
3.3. La convención

Tema 4. Modos de representación

4.1. Introducción
4.2. El cine
4.3. La televisión

Tema 5. Comunicación y cultura popular

5.1. Los estudios culturales
5.2. La teoría crítica de los medios de comunicación
5.3. La cultura popular

Tema 6. Representación y alteridad

6.1. Introducción
6.2. Representación y alteridad en el imaginario occidental del africanismo

Tema 7. Representación y "Sistema de las estrellas"

7.1. El "Sistema de las estrellas" como producto cultural
7.2. Caso de estudio

Tema 8. La representación de la mujer en las series de ficción

8.1. Introducción
8.2. Casos de estudio

Tema 9. La representación del control social en las series de ficción

9.1. Introducción
9.2. Casos de estudio

Tema 10. Representaciones del terrorismo en el cine y la televisión

10.1. El terrorismo en España
10.2. Representaciones del terrorismo

Asignatura 39

Gestión y promoción de productos audiovisuales

Tema 1. La distribución audiovisual

1.1. Introducción
1.2. Los actores de la distribución
1.3. Los productos de la comercialización
1.4. Los ámbitos de la distribución audiovisual
1.5. Distribución nacional
1.6. Distribución internacional

Tema 2. La empresa de distribución

2.1. La estructura organizativa
2.2. La negociación del contrato de distribución
2.3. Los clientes internacionales

Tema 3. Ventanas de explotación, contratos y ventas internacionales

3.1. Ventanas de explotación
3.2. Contratos de distribución internacional
3.3. Las ventas internacionales

Tema 4. Mercadotecnia cinematográfica

4.1. Mercadotecnia en el cine
4.2. La cadena de valor de la producción cinematográfica
4.3. Los medios publicitarios al servicio de la promoción
4.4. Las herramientas para el lanzamiento

Tema 5. La investigación de mercado en el cine

5.1. Introducción
5.2. Fase de preproducción
5.3. Fase de postproducción
5.4. Fase de comercialización

Tema 6. Redes sociales y promoción cinematográfica

6.1. Introducción
6.2. Promesas y límites de las redes sociales
6.3. Los objetivos y su medición
6.4. Calendario de promoción y estrategias
6.5. Interpretar lo que dicen las redes

Tema 7. La distribución audiovisual en internet I

7.1. El nuevo mundo de la distribución audiovisual
7.2. El proceso de la distribución en internet
7.3. Los productos y las posibilidades en el nuevo escenario
7.4. Nuevos modos de distribución

Tema 8. La distribución audiovisual en internet II

8.1. Claves del nuevo escenario
8.2. Los peligros de la distribución en internet
8.3. El Video bajo demanda (VOD) como nueva ventana de distribución

Tema 9. Nuevos espacios para la distribución

9.1. Introducción
9.2. La revolución Netflix

Tema 10. Los festivales de cine

10.1. Introducción
10.2. El papel de los festivales de cine en la distribución y exhibición

Asignatura 40

Publicidad audiovisual

Tema 1. Introducción a la publicidad audiovisual

1.1. ¿Qué es la publicidad audiovisual?
1.2. Origen
1.3. Medios de publicidad audiovisual

Tema 2. El anuncio publicitario

2.1. ¿Qué es un anuncio?
2.2. Estructura narrativa de un anuncio publicitario
2.3. Historia del anuncio publicitario

Tema 3. Equipo técnico de una producción audiovisual I

3.1. Los equipos de producción y dirección
3.2. Funciones de los equipos de producción y dirección
3.3. Organigrama

Tema 4. Equipo técnico de una producción audiovisual II

4.1. Los equipos de técnicos y artísticos.
4.2. Funciones de los equipos de técnicos y artísticos
4.3. Organigrama

Tema 5. Pre-producción I: de la idea al guion de rodaje

5.1. Proceso creativo en base al informe
5.2. Guion literario: ejemplo
5.3. Guion técnico: ejemplo

Tema 6. Guion gráfico

6.1. Guion grafico interno
6.2. Guion gráfico de presentación
6.3. Guion gráfico de rodaje

Tema 7. El guion técnico: los estilos de la realización

7.1. Lenguaje cinematográfico
7.2. Puesta en escena
7.3. Planificación técnica

Tema 8. Pre-producción II: El plan de rodaje y el presupuesto

8.1. Diseño de iluminación
8.2. Diseño de sonido
8.3. Protocolo de rodaje
8.4. Presupuesto

Tema 9. La producción de un anuncio publicitario

9.1. ¿Quién interviene en la realización de un anuncio?
9.2. Orden de rodaje
9.3. El rodaje

Tema 10. Post producción de un anuncio publicitario

10.1. El montaje
10.2. Tipos de montaje
10.3. La post producción de imagen y sonido



Conoce todas las áreas de comunicación audiovisual y conviértete en el especialista que todas las grandes compañías del sector quieran tener en plantilla”

03

Objetivos y competencias

La Licenciatura en Comunicación Audiovisual tiene como objetivo primordial capacitar a profesionales habilitados para ejercer en agencias, medios de comunicación o productoras, entre otros tipos de entidades que diseñan, manejan y procesan los mensajes audiovisuales. A partir de contenidos punteros y de una metodología docente contrastada y efectiva, el alumno podrá posicionarse a la vanguardia del sector como un experto en la materia. Todo ello, sin salir de casa, cómodamente, y en modalidad online.



Living success



Estudiando con TECH alcanzarás tus metas y objetivos profesionales. No pierdas esta gran oportunidad"

Objetivos generales

- Conocer y saber manejar los lenguajes propios como de las técnicas audiovisuales digitales, y por tanto en el uso de nuevas tecnologías para la producción y realización de programas audiovisuales
- Ampliar el conocimiento y la información al alumno con un mayor nivel de profundización en el campo audiovisual
- Aprender a realizar unas funciones de este campo en un entorno especializado y profesional
- Conocer de forma general las teorías de la comunicación y su relación con los diferentes medios en los que se desarrolla
- Conocer las particularidades del medio televisivo y sus códigos particulares de comunicación
- Saber dirigir el trabajo en producción audiovisual
- Aprender la manera de trabajo en esta área en todas las fases del producto televisivo y cinematográfico

Un sistema eficaz que te llevará a la consecución de tus objetivos avanzando de manera paulatina y constante, con total calidad"

Objetivos por asignatura

Teoría de la comunicación social

- Conocer las teorías, métodos y problemas de la comunicación social y de su función en la sociedad contemporánea, identificando las distintas corrientes y tradiciones de estudio en el ámbito de la comunicación social
- Reconocer las implicaciones políticas y sociales de los distintos modelos teóricos de la comunicación social

Documentación informativa

- Conocer las bases de la documentación informativa: su historia y características, de igual forma los elementos de la crónica periodística y del análisis documental, así como los diferentes tipos de fuentes comunicativas para aplicarlas en la documentación de prensa escrita, digital y en gabinetes de comunicación

Comunicación escrita

- Reconocer la importancia del lenguaje escrito para aplicar los elementos gramaticales y características en una buena redacción, mediante los fundamentos teóricos y conceptuales de la comunicación escrita

Tecnología y gestión de la información y del conocimiento

- Identificar las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en ambientes virtuales para el desarrollo de procesos formativos en diferentes ámbitos, lo que le permitirá adaptarse al nuevo contexto que implica intervenir y desarrollarse en los modernos escenarios virtuales

Introducción al derecho

- Distinguir los conceptos y características básicas del derecho clasificando las normas jurídicas para identificar sus obligaciones y derechos reales en relación con el papel que ocupa el ser humano en la sociedad

Lengua española

- Reconocer la importancia del lenguaje en los distintos conceptos y teorías mediante las diferentes morfologías y sintaxis en el campo de la comunicación de masas, para el logro de una comunicación más efectiva

Teoría de la comunicación interpersonal

- Entender la importancia de las relaciones interpersonales y los medios de comunicación colectiva en las sociedades contemporáneas, tomando en cuenta el origen de la teoría de grupos, su relación y fundamentación con los procesos de comunicación en los ámbitos interno y externo de las organizaciones públicas, privadas y civiles

Introducción a la economía

- Conocer los principios que participan en la elección del consumidor y del productor, la relación entre economía y sociedad en un mundo fuertemente condicionado por el avance tecnológico a través de un marco institucional que condiciona sus decisiones y facilita las relaciones de intercambio de modo que podrá identificar, organizar y analizar información económica relevante de forma crítica y sistemática

Teoría del periodismo

- Identificar los tipos de periódicos, a través de las principales herramientas periodísticas aplicando los instrumentos de redacción y organización, para mejorar las capacidades y habilidades periodísticas

Comunicación visual

- Relacionar los procesos de diseño y producción de mensajes visuales con el ejercicio de la actividad periodística y el diseño editorial, identificando los procesos de percepción de la imagen visual para interpretar las imágenes de manera aislada y de manera contextual o secuencial

Análisis de la imagen audiovisual

- Comprender las bases de la naturaleza y del funcionamiento de la imagen en movimiento, desarrollando una capacidad crítica y creativa respecto al discurso audiovisual y a su evolución en el contexto de la cultura audiovisual contemporánea
- Adquirir habilidades elementales para el análisis de la construcción formal y narrativa de los relatos audiovisuales

Introducción a la psicología de la comunicación

- Conocer la evolución de la Psicología analizando la naturaleza de las emociones y cambios de actitudes a fin de identificar las necesidades de estima y comunicación

Historia social y política contemporánea

- Definir las condiciones antiguas más relevantes de los escenarios sociales y políticos mundiales, reconociendo las características y las causas de los diferentes movimientos con el fin de analizar el lugar de la comunicación en sus distintas etapas, contextos y los aportes en cada época

Comunicación institucional

- Distinguir las principales características de la comunicación institucional identificando las ventajas de la comunicación digital para ser capaz de afrontar crisis con ética, cultura y valores

Literatura y creación literaria

- Describirá la literatura como forma de comunicación a través de la identificación de los géneros literarios, para desarrollar las competencias de la comunicación y la conjunción en los medios masivos de información

Teoría de la publicidad

- Definir cómo funciona la publicidad en su conjunto y en cada una de sus partes, al igual que el mercado publicitario en lo referente a las nuevas disciplinas, profesiones y tendencias de acuerdo con los dictámenes de la nueva comunicación, adquiriendo las competencias necesarias para el análisis y el juicio crítico de campañas publicitarias, más allá de sus componentes estéticos
- Elaborar mensajes publicitarios: fijar los objetivos de comunicación, definir un público objetivo, plantear las estrategias comunicativas

Comunicación radiofónica

- Ser capaz de utilizar las técnicas y métodos de la producción de radio y comunicaciones mediante las bases de la narrativa, diálogo y el lenguaje radiofónico, estudiando el tipo de audiencia y emitiendo mensajes positivos para interpretar los diversos géneros que abordan los programas radiofónicos

Periodismo cultural

- El alumno podrá desarrollar conceptos y delimitaciones para la realización del periodismo cultural, identificando los orígenes de la información en la prensa, la radio y la televisión para llevarlos a cabo en la cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales

Narrativa audiovisual

- Comprender los fundamentos gramaticales y narrativos que estructuran los procedimientos y técnicas de adaptación del texto literario escrito al código audiovisual y aplicarlos a la realización de una adaptación televisiva y cinematográfica

Cultura audiovisual

- Interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética, podrá manejar el pensamiento convergente y divergente en los procesos de observación, investigación, especulación, visualización y actuación
- Reconocer la diversidad cultural en el contexto de las sociedades contemporáneas

Movimientos artísticos contemporáneos

- Conocer las principales tendencias del arte moderno y contemporáneo, así como la importancia del análisis del arte en su contexto histórico, social, cultural e ideológico, identificando las estrechas relaciones entre el arte y el ámbito de la comunicación audiovisual
- Desarrollar la sensibilidad artística y el juicio crítico y estético

Teoría y técnica de la realización

- Aplicar adecuadamente las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual distinguiendo las características, usos y necesidades de los proyectos audiovisuales multicámara
- Adquirir la capacidad de planificar secuencias narrativas y documentales en función de los medios disponibles conociendo el entorno de trabajo del equipo de realización: medios tecnológicos, rutinas técnicas y equipo humano

Estructura del sistema audiovisual

- Explicar la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores, identificando los problemas y debates actuales que atañen al sistema audiovisual
- Adquirir la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación

Postproducción digital

- Analizar las principales teorías y técnicas de la edición y la postproducción con una perspectiva histórica en el ámbito de la comunicación audiovisual explorando los distintos campos de la posproducción y los aspectos centrales de la edición
- Estar preparado para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional y poder operar con cámaras de vídeo y con equipos de toma de sonido

Producción audiovisual

- Examinar los equipos humanos y los medios técnicos adecuados y necesarios para cada fase del proyecto: preproducción, grabación/rodaje, postproducción, definiendo las vías de explotación y comercialización de las producciones audiovisuales, así como el marco jurídico y la legislación que articula el sector de las mismas y sus repercusiones en los distintos formatos de producción para la toma de decisiones a partir de la copia definitiva de una producción

Historia del cine y la televisión

- Examinar los orígenes de la industria cinematográfica y la televisión tradicional debatiendo el estilo clásico y la nueva perspectiva
- Analizar la evolución de los géneros de cine y televisión

Cine norteamericano y cine europeo

- Identificar las filiaciones y parentescos en la gran familia audiovisual conforme a su contexto histórico, social y cultural, reconocerá la evolución de los principales medios audiovisuales (cine y televisión) a través de la historia, así como los distintos periodos históricos, géneros, movimientos, estilos y principales autores
- Analizar e interpretar los productos audiovisuales desde una perspectiva más integradora y atenta a la dimensión socio-histórica de los mismos

Guion de cine

- Emplear los modelos comunicativos y narrativos de los medios audiovisuales y su relación con la sociedad y la cultura identificando los fundamentos teórico-prácticos de las tecnologías, las técnicas, los recursos y los procedimientos que se requieren para la creación y producción de contenidos audiovisuales
- Elaborar informes, análisis o investigaciones sobre aspectos generales de los mismos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación y considerando el contexto sociopolítico y cultural de su producción y circulación

Cine en América, Hispanoamérica, Asia y África

- Definir la historia y problemática contemporánea del cine hispanoamericano y en oriente distinguiendo los distintos geopolíticos y sus correspondientes periodos históricos, movimientos y estilos, de modo que pueda analizar e interpretar el mencionado cine atendiendo a sus crecientes dimensiones transnacionales

Estudios televisivos

- Analizar el hecho televisivo desde una perspectiva académica y obtendrá los conocimientos panorámicos de las principales teorías y metodologías de estudio de la televisión a través de la comprensión de la función social ejercida por la misma y su importancia en el cambio culturar contemporánea
- Aplicar las distintas teorías y metodologías de análisis a la producción de obras televisivas

Realización de ficción y dirección de actores

- Aplicar los procesos de creación, realización y postproducción de las obras audiovisuales, así como los elementos básicos de la narración, analizando la importancia de la relación actor-director en un proceso de producción y la importancia que éste tiene en la calidad del resultado
- Apreciar el trabajo de actores y directores en el ámbito de la cinematografía mundial

Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

- Exponer las transformaciones acontecidas en las industrias culturales en la oferta y el consumo en las redes digitales, en sus aspectos económicos, políticos y socioculturales analizando los cambios en los procesos de organización y gestión de los recursos estratégicos, humanos, materiales y técnicos de los nuevos negocios en el entorno digital
- Saber diseñar estrategias innovadoras que contribuyan a la mejora en los procesos de gestión y toma de decisiones, así como al desarrollo de productos informativos en consonancia con las necesidades de públicos y anunciantes

Estudios fílmicos

- Conocer a nivel global los estudios culturales como herramienta de análisis del relato audiovisual y de comprensión de sus contenidos, especialmente en cuanto a los problemas derivados de las cuestiones de género, sexo y sexualidad, así como de identidad personal analizando de forma crítica los mensajes audiovisuales en la sociedad contemporánea
- Aplicar las distintas teorías y metodologías a la interpretación de la producción de obras cinematográficas

Cine informativo y documental

- Evaluar os principales temas de debate en torno al documental, así como los distintos géneros y estilos de los mismos identificando los principales elementos de la narrativa documental para adquirir la capacidad de planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos en las producciones para cine y televisión, así como las técnicas y procesos de creación

Géneros, formatos y programación en televisión

- Reconocer los distintos formatos en el contexto del actual del panorama televisivo identificando las claves de un formato, su estructura, funcionamiento y factores de impacto
- Analizar de manera crítica los procesos de la oferta televisiva, su evolución y realidad actual, en relación con el fenómeno de la recepción y los contextos sociales y culturales en los que ésta se produce

El público audiovisual

- Valorar las corrientes de estudios dedicados a la recepción audiovisual, comparando las diferencias existentes entre las formas de abordar el estudio de la recepción audiovisual y cuál es el estado de la cuestión actual
- Comprender las transformaciones derivadas de la digitalización en el ámbito de la comunicación audiovisual

Guion de televisión: programas y ficción

- Emplear el proceso creativo e industrial en la elaboración de un guion de ficción para televisión identificando los diferentes géneros de programas y las distintas herramientas de las que dispone un guionista
- Obtener una visión global de las franquicias internacionales de formatos de programas de televisión

Cine, televisión y sociedad contemporánea

- Analizar las principales tendencias en los modelos representacionales contemporáneos en televisión y cine, distinguiendo los procesos socio-culturales y su impacto en los procedimientos representativos del audiovisual
- Desarrollar un razonamiento crítico a la hora de enfrentarse a los procesos de creación y análisis de los distintos modos de representación en el audiovisual

Gestión y promoción de productos audiovisuales

- Comparar el diseño de comercialización de una producción audiovisual a través de su repercusión en los distintos medios audiovisuales contemporáneos para interpretar las lógicas económicas, culturales y estéticas de los festivales de cine a nivel local, nacional y global

Publicidad audiovisual

- Conocer el origen de la publicidad audiovisual, distinguiendo las funciones de los equipos de producción y dirección
- Saber ejecutar la estructura narrativa de un anuncio y al mismo tiempo obtener la capacidad de realizar un plan técnico



Competencias

- Comprender en profundidad lo que es periodismo cultural y los elementos que lo componen
- Conocer y aplicar las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual
- Saber cómo adaptarse a las formas de consumo de cada momento
- Generar y diseñar mensajes audiovisuales adaptados a cada tipo de público
- Conocer el código relacional de los distintos agentes de la comunicación audiovisual
- Comprender la evolución histórica de la producción audiovisual
- Conocer el marco jurídico general que rige la comunicación audiovisual
- Crear productos ajustados a la financiación disponible
- Distribuir de manera eficiente el presupuesto en función a las diferentes partidas
- Conocer las vías de distribución disponibles para los productos audiovisuales
- Organizar, dirigir y liderar con éxito los diferentes equipos de trabajo
- Aprender a aprovechar y sacar el máximo partido a los recursos disponibles para la producción audiovisual
- Planificar la amortización de los productos audiovisuales
- Realizar un producto audiovisual pensado para los diferentes soportes
- Conocer los diferentes procesos creativos y productivos
- Saber organizar la distribución eficiente de un producto audiovisual
- Supervisar las amortizaciones del producto
- Aplicar la organización ejecutiva a estas tareas
- Reconocer diseños diferentes de comercialización
- Conocer la situación actual del cine
- Conocer la situación actual de la televisión
- Comprender las formas para iniciarse en la producción audiovisual en soportes digitales

04

¿Por qué nuestro programa?

El equipo de TECH, plenamente consciente del crecimiento y la vigencia a nivel mundial que sigue presentando la industria audiovisual, han diseñado este programa académico único por ofrecer al estudiante una visión global del impacto cultural y económico que genera en las sociedades medios como la televisión, radio, el cine y los nuevos formatos digitales. Así, tras finalizar los estudios, el profesional estará preparado para realizar un análisis profundo de los procesos de comunicación y dominará, tanto técnicas convencionales como novedosas para la producción y realización audiovisual.



Te damos +



Entrarás a formar parte de una industria fuerte que necesita profesionales con un alto nivel de cualificación”

Esta licenciatura ofrece múltiples ventajas y características únicas que permitirán a los alumnos avanzar de manera imparable en su carrera. Entre ellas destacan las siguientes:

01

Acceso a una industria apasionante

Con esta Licenciatura el alumno podrá formar parte de las más importantes empresas audiovisuales convirtiéndose en productor, editor o realizador de piezas de alto nivel. Disney, Fox, Warner Brothers, CNN...Las oportunidades son ilimitadas

02

Altas perspectivas salariales

Estudiar esta Licenciatura da acceso a los conocimientos necesarios para poder ostentar altos cargos en la industria audiovisual. Puestos de referencia en el sector que no solo darán la oportunidad a los alumnos de desarrollar las competencias de liderazgo necesarias, sino de acceder a los puestos mejor pagados del sector

03

Titulación directa

No hará falta que hagas una tesina ni examen final de carrera, ni tendrás que cursar un diplomado, ni hacer nada más para poder egresar y obtener tu título. En TECH tendrás una vía directa de titulación

04

Dar impulso a la vida profesional

TECH brinda la oportunidad a los alumnos de tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial, compaginando su estudio con su vida profesional, social y familiar, utilizando para su formación un modelo 100% virtual, con acceso a los contenidos del curso 24 horas al día, los 7 días de la semana

05

Desarrollar las habilidades técnicas

El alumno que curse esta Licenciatura será capaz de desarrollar una serie de habilidades técnicas que serán fundamentales para su futuro profesional. De esta manera, conocerán, paso a paso, cómo debe realizarse el trabajo de producción, preproducción y postproducción audiovisual, a la vez que se pone al día sobre las principales herramientas y programas utilizados en la actualidad en este campo

Podrás alcanzar tus expectativas económicas con el acceso a puestos de relevancia.

06

Asumir nuevas responsabilidades

TECH muestra las últimas tendencias, avances, desarrollos y estrategias para llevar a cabo la labor profesional en el ámbito de la comunicación audiovisual, con eficiencia y en un entorno cambiante. De esta manera, el alumno que realice esta Licenciatura adquirirá las habilidades necesarias para asumir puestos de gran responsabilidad con la solvencia de un profesional de primer nivel

07

Desarrollar la creatividad

La comunicación audiovisual se desarrolla en diferentes ámbitos: periodismo, cine, televisión... Sectores en los que la creatividad y la innovación juegan un papel fundamental, pero, como cualquier otro aspecto, la creatividad es una habilidad que puede entrenarse, por lo que esta Licenciatura ofrecerá a los alumnos un proceso de crecimiento personal y profesional que los guiará hacia el desarrollo de competencias relevantes en este campo

08

Una universidad abierta al mundo

TECH da la oportunidad de formar parte de una comunidad virtual de profesionales de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH. Por ello, estudiar aquí te ofrecerá la oportunidad de acceder a una red de contactos de primer nivel

09

Certificación de idiomas

TECH da la posibilidad a los alumnos de esta Licenciatura de acceder al certificado oficial de B2 de inglés, así como cursar otros seis idiomas, lo que será una ventaja competitiva a la hora de acceder al mercado laboral. Unos complementos educativos que marcarán un antes y un después en su capacitación y que los capacitará para ser profesionales en un entorno globalizado

10

Crear producciones de éxito

La realización de esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH ofrece al alumno la posibilidad de adquirir un conocimiento superior en las diferentes áreas que componen este sector. Por ello, al finalizar los cuatro años que dura la formación, el estudiante podrá hacerse un hueco en el mundo laboral como guionista o productor de éxito

Podrás comenzar a formar parte de empresas con gran proyección internacional formando parte de proyectos de gran envergadura.

05

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la licenciatura, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

Acredita tu competencia lingüística



TECH te incluye el estudio de idiomas en la Licenciatura de forma ilimitada y gratuita”

IDIOMAS

En el mundo competitivo de hoy, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca nuestra competencia en aquellos que dominemos. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que sólo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCERL establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que poseemos.

En TECH ofrecemos los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCERL. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje online, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de compentencia lingüística, con la finalidad de prepararte para los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.



“48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCRL A1,A2, B1, B2, C1 y C2.”



TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas, y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la licenciatura, para poder prepararse el examen de certificación de nivel.
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCERL, desde el nivel A1 hasta el nivel C2.
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma.
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma, están incluidas en la Licenciatura.



Solo el coste de los cursos de preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Licenciatura completa”

06

Maestría gratuita

Para TECH lo más importante es que sus estudiantes rentabilicen su carrera, y egresen con todas las posibilidades de desarrollo personal y futuro profesional. Por esta razón se incluye en la inscripción de la Licenciatura el estudio sin coste de una Maestría.





TECH te ofrece un máster propio gratuito incluido en la matrícula de la Licenciatura"

Estudiar en TECH Universidad tiene sus ventajas

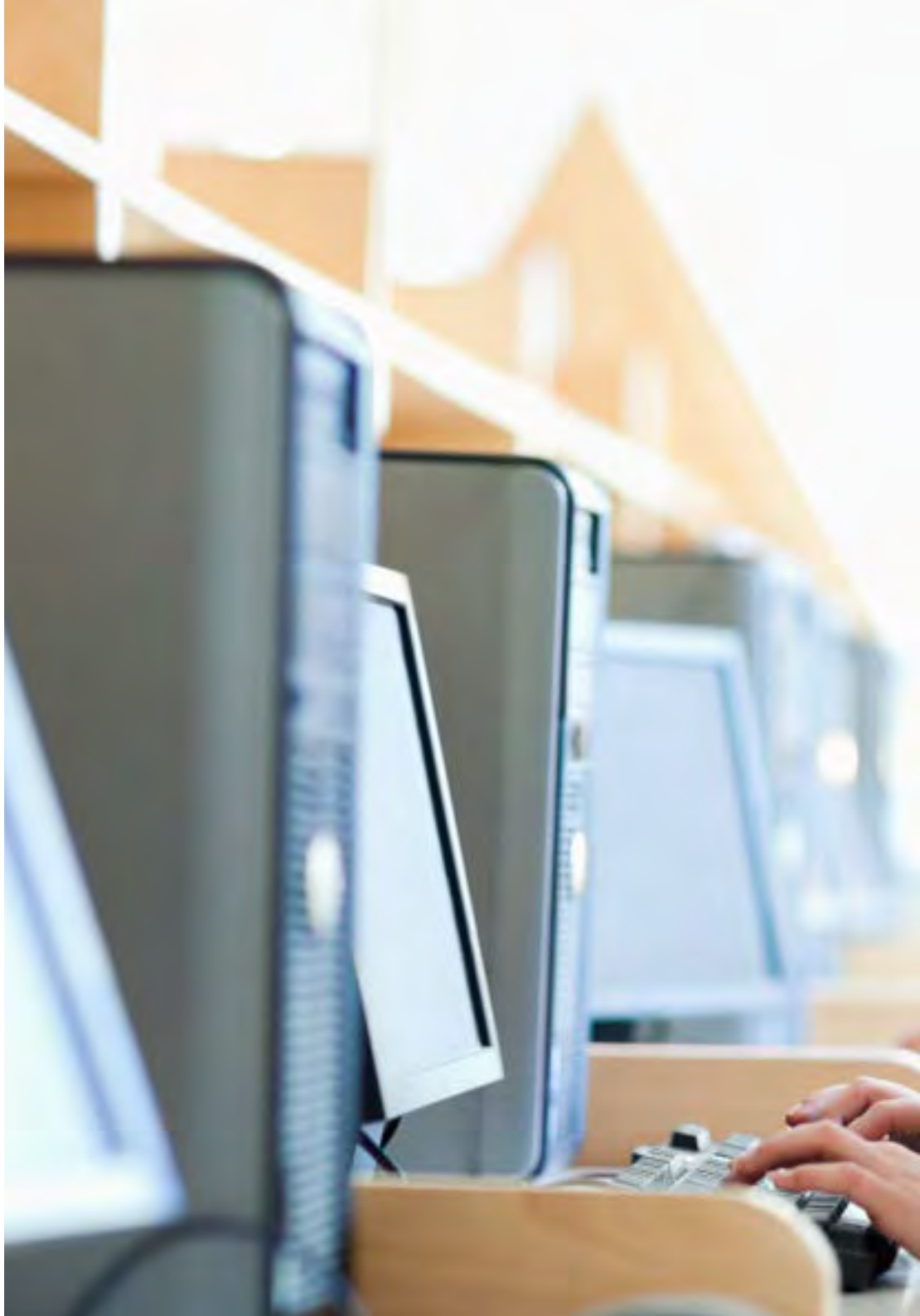
Los Másteres Propios de TECH Universidad Tecnológica, son programas de perfeccionamiento de posgrado con reconocimiento propio de la universidad a nivel internacional, de un año de duración y 1500 horas de reconocimiento. Su nivel de calidad es igual o mayor al de Maestría Oficial y permiten alcanzar un grado de conocimiento superior.

La orientación del máster propio al mercado laboral y la exigencia para recoger los últimos avances y tendencias en cada área, hacen de ellos programas de alto valor para las personas que deciden estudiar en la universidad con el fin de mejorar sus perspectivas de futuro profesional.

En la actualidad, TECH ofrece la mayor oferta de posgrado y formación continuada del mundo en español, por lo que el estudiante tiene la oportunidad de elegir el itinerario que más se ajuste a sus intereses y lograr dar un paso adelante en su carrera profesional. Además, podrá terminar la Licenciatura con una certificación de grado superior, ya que al poder cursar el Máster Propio en el último año de carrera, podrá egresar de su estudio con el Título de Licenciatura más el certificado de Máster Propio.

El coste del máster propio incluido en la Licenciatura es de alto valor. Estudiando ambos TECH permite un ahorro de hasta el 60% del total invertido en el estudio. Ninguna otra universidad ofrece una propuesta tan potente y dirigida a la empleabilidad como esta.

> *Ahorrarás hasta un 60% estudiando la Licenciatura en TECH”*





Estudia un Máster Propio de TECH desde el último año de la Licenciatura en Diseño de Videojuegos:

- Solo por inscribirse en la licenciatura, TECH incluye sin costo cualquiera de los posgrados de máster propio del área de conocimiento que elija.
- TECH tiene la mayor oferta de posgrado del mundo en español sobre la que el estudiante podrá elegir el suyo para orientarse laboralmente antes de termianar la Licenciatura.
- Podrá estudiar simultáneamente las asignaturas del último año de la licenciatura y los contenidos del máster propio para egresar con el título y la certificación de máster.
- Estudiar el posgrado NO aumentará el coste de la colegiatura. El estudio y certificación del máster propio, está incluido en el precio de la Licenciatura.

Podrás elegir tu máster propio de la oferta de posgrado y formación continuada mayor del mundo en español"

07

Salidas profesionales

El alumno de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH cuenta con gran capacidad de adaptación y con claridad de pensamiento. Su interés por la generación de productos audiovisuales le ha ayudado a dirigir sus estudios hacia esta rama laboral, lo que le permitirá convertir su hobby en su profesión de futuro. Posee un gran interés social y seguridad en sí mismo. Es competitivo, crítico, reflexivo y tiene una gran habilidad para el manejo del lenguaje técnico relacionado con su ámbito de actuación. Sin duda, al finalizar la carrera será el empleado que todas las compañías del sector quieran tener en plantilla.





El compromiso de TECH es crear vías solventes de capacitación profesional que impulsen a los alumnos de forma global para que consigan un rápido acceso al mercado laboral"

Perfil profesional

El licenciado en Comunicación Audiovisual de TECH es un profesional competente y hábil para desempeñarse, de manera responsable, en las empresas que contratan sus servicios. Cuenta con las competencias profesionales que le permitirán ejercer en los numerosos campos de trabajo que se deben controlar en el proceso de comunicación audiovisual.

Además, cuenta con una capacidad de mejora constante, adaptación, investigación y crecimiento derivadas de una manera de pensar y analizar que será una de las competencias básicas que deberá aplicar durante su desarrollo profesional.

La especialización en TECH permitirá a los alumnos comprender y analizar el entorno que lo rodea y su sentido crítico le hará competente para interpretar la veracidad de la información que recibe y tomar decisiones en el diseño de alternativas de solución a las problemáticas propias de su disciplina.

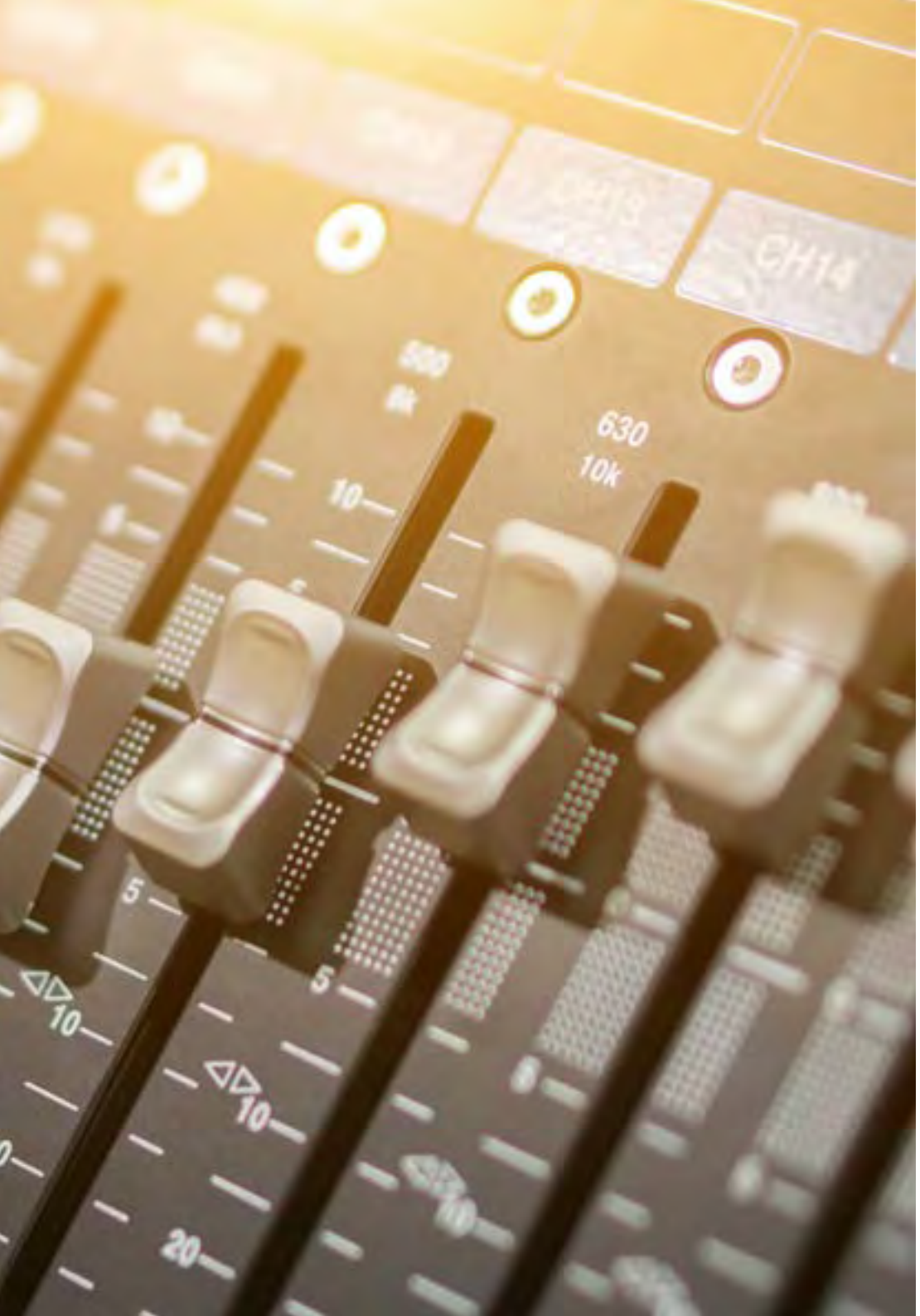
Sin duda, al titularse, contará con un perfil profesional altamente competitivo, que será demandado por las principales compañías del sector.

Perfil investigativo

El perfil profesional de los alumnos de esta Licenciatura se complementa con su faceta investigadora. De esta manera, estarán capacitados para comprender e interpretar los problemas cardinales de su profesión, relacionados con la adaptación a nuevos entornos y las exigencias profesionales y personales, impulsando al máximo sus habilidades y destrezas práctico-instrumentales.

Con tu talento y la capacidad que podrás adquirir con esta Licenciatura, al finalizar tus estudios estarás listo para formar parte de los profesionales más competitivos de este sector"





Perfil ocupacional y campo de acción

El alumno de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH es un estudiante con gran capacidad de adaptación y con claridad de pensamiento. Posee un gran interés social y seguridad en sí mismo. Es competitivo, crítico, reflexivo y tiene una gran habilidad para el manejo del lenguaje técnico con una gran capacidad de análisis. Todo esto facilitará su incorporación a grandes empresas audiovisuales, tanto del mundo hispano como angloparlante. CNN, Warner Bros, Disney, Telemundo... son solo algunos ejemplos de grandes compañías que demandan profesionales con un perfil audiovisual para incorporar a sus equipos. En concreto, tras finalizar sus estudios, el alumno estará preparado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo:

- Director, guionista y realizador audiovisual
- Productor y gestor audiovisual
- Diseñador de producción y postproducción
- Investigador
- Responsable o técnico de comunicación institucional
- Responsable o técnico de marketing y publicidad
- Creativo publicitario
- Producción televisiva
- Producción cinematográfica
- Producción Publicitaria
- Creatividad Publicitaria
- Gestión de productos audiovisuales
- Dirección productos audiovisuales
- Creación de productos de animación
- Dirección de comunicación en videojuegos
- Diseño de posproducción
- Dirección de arte
- Dirección de sonido
- Docente

08

Metodología

Esta Licenciatura ofrece un método de aprendizaje distinto al convencional: ***el Relearning***. Un sistema que universidades tan prestigiosas como Harvard utilizan para capacitar sus alumnos. TECH ha conseguido para su alumnado la licencia de uso de este método que ponemos ahora a servicio de los estudiantes. Un modelo de aprendizaje inmersivo que impulsa la integración de los conocimientos y minimiza el olvido involuntario, accediendo así a cotas de eficacia mucho mayor en el estudio.



Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.



TECH es la primera escuela online 100% licenciada para utilizar la metodología re-learning. Una ventaja que diferencia y pone al alcance del alumnado los mejores recursos de enseñanza disponibles actualmente”

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar tus competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo"



Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en este área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Para ello nos basamos en los case studies de la Harvard Business School, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite emplear los materiales con los que se estudia en la más prestigiosa Universidad del mundo: HARVARD.

> *Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 16 elementos didácticos diferentes en cada lección.

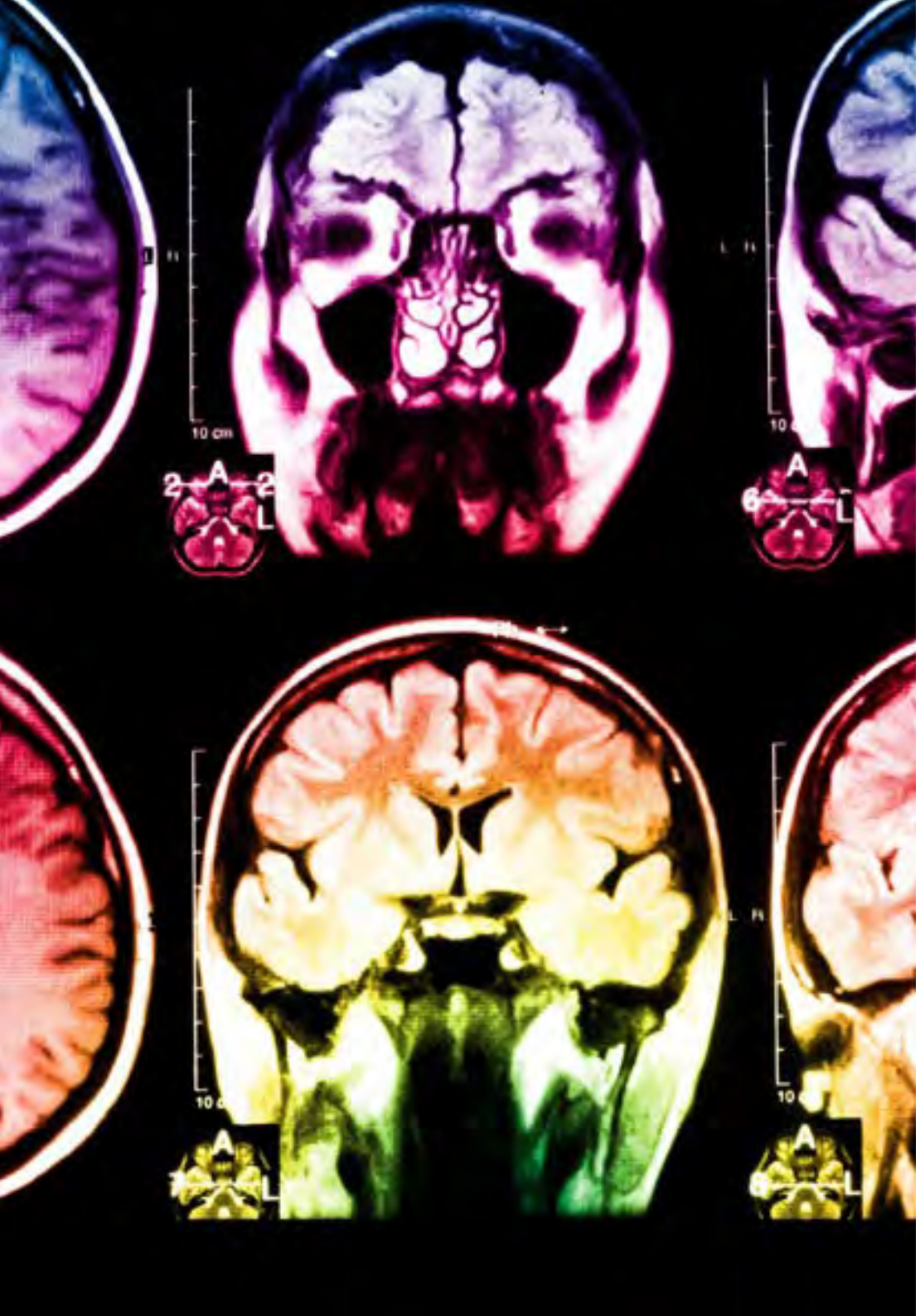
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra Universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 hemos conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos capacitado a más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofia, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

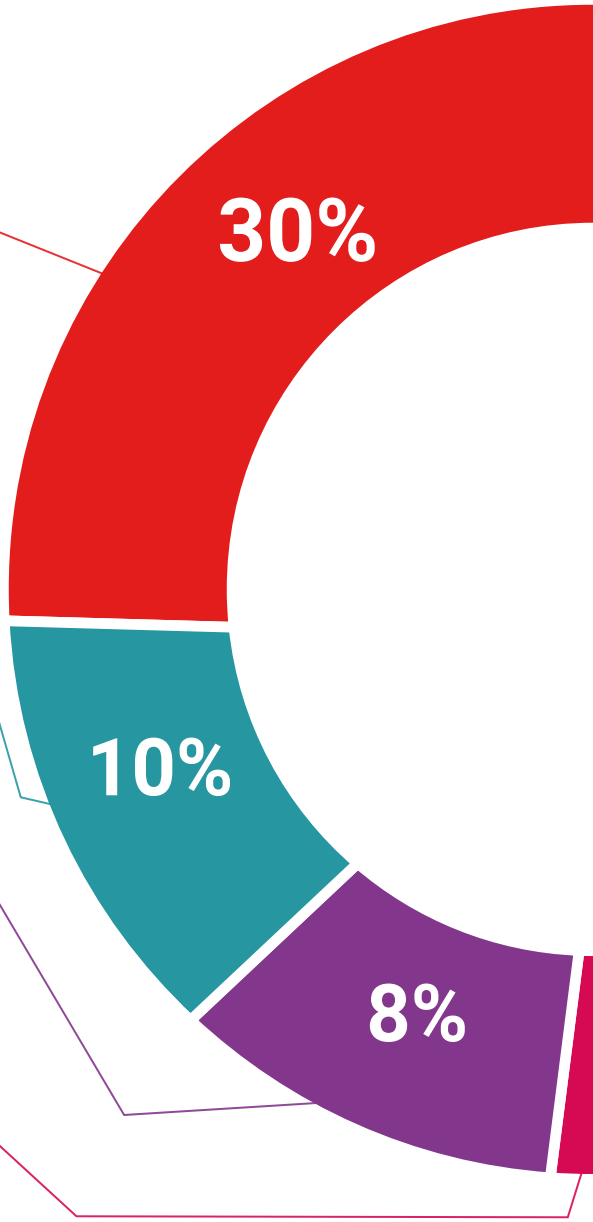
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

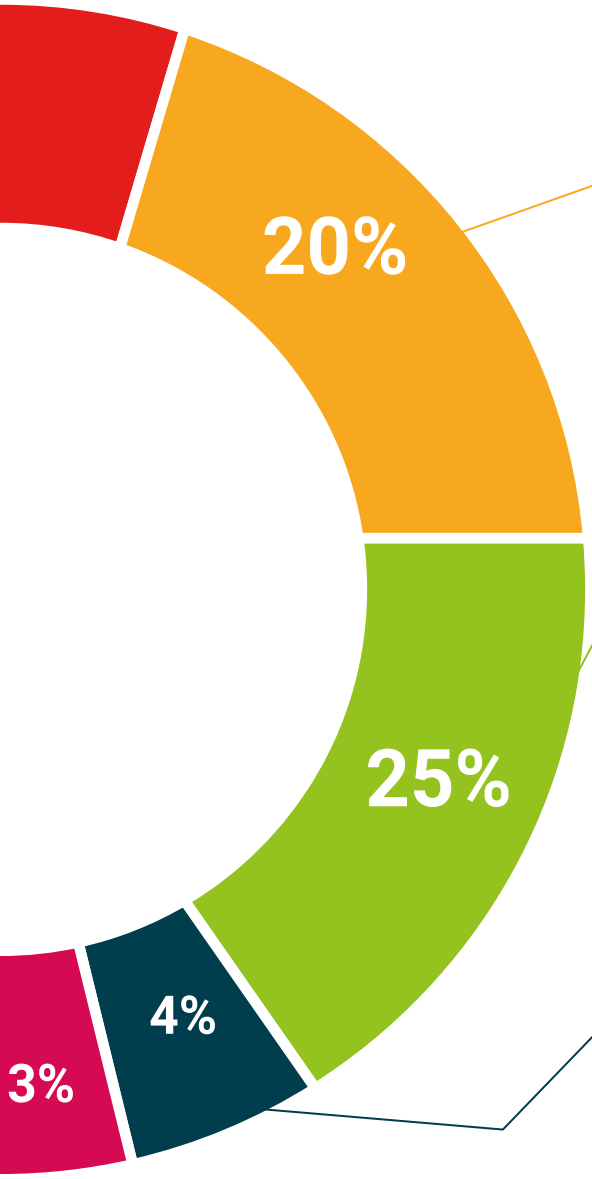
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales..., en nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

09

Requisitos de acceso y proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de las universidades en línea en todo el país. Podrás comenzar la licenciatura sin trámites ni demoras: empieza a preparar la documentación y entrégala más adelante, sin premuras. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos, para ti, sean sencillos y no te ocasionen retrasos, ni incomodidades.





Ayudándote desde el inicio, TECH ofrece el procedimiento de admisión más sencillo y rápido de todas las universidades en línea del país”

Requisitos de acceso

Para poder acceder a la Licenciatura en Comunicación Audiovisual es necesario haber concluido estudios de bachillerato, o equivalente a estudios de educación media superior, para poder ingresar en el programa. Puede consultar requisitos establecidos en el Reglamento de TECH.

Proceso de admisión

Para TECH es del todo fundamental que, en el inicio de la relación académica, el alumno esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, hemos creado un protocolo más sencillo en el que podrás concentrarte, desde el primer momento en tu formación, contando con un plazo mucho mayor de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

De esta manera, podrás incorporarte al curso tranquilamente. Algún tiempo más tarde, te informaremos del momento en el que podrás ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy sencilla, cómoda y rápida. Sólo deberás cargarlos y enviarlos, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Llegado el momento podrás contar con nuestro soporte, si te hace falta. Todos los documentos que nos facilites deberán ser rigurosamente ciertos y estar en vigor en el momento en que los envías.

Ingresa al programa de Licenciatura de forma rápida y sin complicarte en trámites administrativos. Para que empieces a formarte desde el primer momento”



En cada caso, los documentos que debes tener listos para cargar en el campus virtual son:

Estudiantes con estudios universitarios realizados en México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- Copia digitalizada de la Clave Única de Registro de Población (CURP)
- Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales legalizado
- Copia digitalizada del título legalizado

En caso de haber estudiado fuera de méxico, consulta con tu asesor académico. Se requerirá documentación adicional en casos especiales, como inscripciones a la licenciatura como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

Es del todo necesario que atestigües que todos los documentos que nos facilitas son verdaderos y mantienen su vigencia en el momento en que los envías.

Estudiantes con estudios universitarios realizados fuera de México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- Copia digitalizada del Título, Diploma o Grado Académico oficiales que ampare los estudios realizados en el extranjero
- Copia digitalizada del Certificado de Estudios. En el que aparezcan las asignaturas con las calificaciones de los estudios cursados, que describan las unidades de aprendizaje, periodos en que se cursaron y calificaciones obtenidas

Se requerirá documentación adicional en casos especiales como inscripciones a la licenciatura como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

10

Titulación

Esta carrera universitaria permite alcanzar la titulación de Licenciatura en Comunicación Audiovisual, obteniendo el título universitario con el que el alumno podrá desarrollarse como profesional allá donde vaya, acreditando su educación y creciendo en su carrera académica. Este es un logro al que accederá de forma sencilla, gracias a las herramientas de aprendizaje que encontrará en este programa, que están diseñadas y desarrolladas con el estándar de calidad más elevado del panorama educativo superior.





Consigue tu título de Licenciado en Comunicación Audiovisual con la universidad digital más reputada del país”

Este programa te permite alcanzar la titulación de **Licenciatura en Comunicación Audiovisual**, obteniendo un título universitario válido por la Secretaría de Educación Pública (SEP).

El plan de estudios de este programa se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha de **07/09/2020** y número de acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE): **20210892.**

Puedes acceder al ***documento oficial del RVOE*** expedido por la Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación (DGAIR) de la SEP.

Para más información sobre qué es el RVOE puedes consultar *aquí:*

Título: **Licenciatura en Comunicación Audiovisual**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Nº de RVOE: **20210892**

Fecha acuerdo RVOE: **07/09/2020**

Duración: **aprox. 4 años**

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR

Si tiene cualquier duda puede dirigirse a su asesor académico o directamente a la Oficina de Control Escolar y Titulaciones a través de este correo electrónico: controlescolar@techtitute.com"

Para recibir el presente título no será necesario realizar ningún trámite.
TECH Universidad realizará todas las gestiones oportunas ante las diferentes administraciones públicas en su nombre, para hacerle llegar a su domicilio:

- Grado de la Licenciatura
- Certificado total de estudios
- Cédula Profesional

Si requiere que cualquiera de estos documentos le lleguen apostillados a su domicilio, póngase en contacto con su asesor académico.
TECH Universidad se hará cargo de todos los trámites.


tech universidad tecnológica

Otorga el presente

TÍTULO

a

D/Dña _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

LICENCIATURA

en

Comunicación Audiovisual

Con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública, según Acuerdo Nº. 20210892 en virtud de que demostró cumplir con los estudios correspondientes y aprobó conforme titulación automática el 07 Septiembre 2020.

A 28 de abril de 2021

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Nº de RVOE: 20210892

Licenciatura

Comunicación Audiovisual

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **aprox. 4 años**

Fecha acuerdo RVOE: **07/09/2020**

Licenciatura

Comunicación Audiovisual

Nº de RVOE: 20210892

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica