Licenciatura

# Periodismo

**Nº de RVOE:** 20220083

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

**Nº de RVOE:** 20220083

# Licenciatura
# **Periodismo**

Idioma: **Español**
Modalidad: **100% en línea**
Duración: **aprox. 4 años**
Fecha acuerdo RVOE: **20/03/2020**
Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/licenciatura/licenciatura-periodismo**

# Índice


01
Presentación
pág. 4

02
Plan de estudios
pág. 8

03
Objetivos y competencias
pág. 38

04
¿Por qué nuestro programa?
pág. 46

05
Idiomas gratuitos
pág. 50

06
Maestría gratuita
pág. 54

07
Salidas profesionales
pág. 58

08
Metodología
pág. 62

09
Requisitos de acceso y proceso de admisión
pág. 70

10
Titulación
pág. 74

01

# Presentación

El periodismo es una profesión totalmente necesaria en la sociedad actual, ya que es el puente de información entre la ciudadanía y los principales acontecimientos que suceden en el mundo. Esta disciplina, por tanto, favorece la creación de una sociedad culta y con espíritu crítico. Para ofrecer ese servicio, existe toda una variedad de perfiles profesionales relacionados con el periodismo que dan respuesta a los diferentes retos de la comunicación contemporánea Así, hay trabajos tradicionales asociados con el trabajo en medios de prensa, televisión o radio, pero desde hace años han aparecido otros relacionados con el ámbito digital que requieren de conocimientos específicos y especializados. Por ello, los estudios de esta rama deben dirigirse a capacitar a los futuros periodistas para que sean versátiles y multidisciplinares. Esta titulación, por tanto, ha sido creada para que los alumnos disfruten de las mejores oportunidades laborales, preparándoles para un sector apasionante y en constante transformación en el que desarrollarse como miembros útiles para la sociedad.





*El periodismo es la profesión del presente y del futuro. No esperes más y especialízate en un sector apasionante en el que podrás cumplir todos tus sueños”*

El periodismo cumple una función clave en todas las sociedades del mundo. Desde que esta profesión surgió hace siglos ha ido evolucionando, ya sea por los avances tecnológicos o por un cambio en la concepción de la disciplina, puesto que no ha sido siempre igual a lo largo de su historia.

En la actualidad, el ámbito de la comunicación tiene un gran impacto y alcance gracias a las nuevas herramientas digitales que ayudan a la propagación de todo tipo de mensajes a través de redes sociales, medios digitales y diferentes plataformas de *streaming*. Por esa razón, este entorno necesita profesionales cada vez más preparados y con una gran capacidad de adaptación, listos para ejercer diferentes labores y ocupar puestos como reporteros, directores de comunicación, redactores, *community managers* o presentadores de todo tipo de eventos y programas.

Así, el periodista contemporáneo es un profesional que ejerce diferentes puestos con eficacia, y que está siempre atento a los cambios que van surgiendo y que pueden abrir nuevas vías laborales que se conviertan en grandes oportunidades a explotar. Por esa razón es importante que continúe su especialización de la mejor forma posible, trasladando a su trabajo las habilidades comunicativas que le permitan seguir creciendo y alcanzar el éxito.

De esta forma, con este programa de alto nivel el profesional adquirirá un conocimiento global de todas las áreas relacionadas con el periodismo y con las capacidades de selección, producción y difusión de información de interés público. Así, el profesional podrá integrarse tanto en medios como en empresas, administraciones y otras organizaciones donde la comunicación corporativa tiene una función cada vez más relevante.

Esta Licenciatura en Periodismo ofrece a sus alumnos, por tanto, las mejores herramientas y habilidades para convertirse en grandes expertos en comunicación que puedan ejercer en todo tipo de puestos de este ámbito. Así, los estudiantes obtendrán grandes oportunidades en este sector, ya sea en medios tradicionales o en las nuevas especialidades que han ido surgiendo en los últimos años gracias al medio digital.

Además, al tratarse de una Licenciatura que se imparte en un formato totalmente digital, el alumno no estará condicionado por horarios fijos ni necesidad de trasladarse a otro lugar físico para recibir sus lecciones, sino que podrá acceder a todos los contenidos en cualquier momento del día, equilibrando sin ningún problema su vida laboral o personal con la académica.

> *El ámbito digital ha traído numerosas oportunidades para el periodismo. ¡No las desaproveches y matricúlate en esta Licenciatura!"*



# Te estabámos esperando

Realizar esta Licenciatura de TECH supone una posibilidad de multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito del periodismo. El planteamiento didáctico de este programa lo hace único porque está orientado a que el alumno conozca, desde un punto de vista práctico, la metodología, los procedimientos y las principales herramientas que debe utilizar el periodista.

Así, este programa ha sido preparado para el alumno que desee superarse a sí mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional, relacionarse con los mejores y pertenecer a la nueva generación de periodistas.

> *Adquiere las habilidades necesarias para desarrollarte con éxito en el periodismo"*

02

# Plan de estudios

Esta Licenciatura en Periodismo ha sido diseñada por grandes especialistas en comunicación, que conocen a la perfección la realidad de este sector. Gracias a ello, el temario de esta titulación está al día de todas las novedades de este ámbito, especialmente en lo que se refiere a los medios digitales, que dominan el presente de la profesión en todo el mundo. Así, los alumnos se convertirán en grandes periodistas preparados para afrontar todos los retos actuales y futuros de la disciplina.



*Un temario completo y bien desarrollado*



*Gracias a esta Licenciatura dominarás todas las herramientas tradicionales y digitales para ser el mejor periodista de tu entorno”*

La Licenciatura en Periodismo 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.

Los contenidos de la Licenciatura en Periodismo están pensados para favorecer el desarrollo de las competencias básicas de un buen periodista. A lo largo de los 40 módulos que componen esta titulación, el alumno analizará multitud de casos prácticos. Ese planteamiento 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.

*Esta titulación es lo que buscabas para alcanzar todas tus metas vitales. Matricúlate y observa cómo tu carrera profesional avanza rápidamente"*







# Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta licenciatura se ofrece 100% en línea, por lo que alumno podrá cursarla desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su 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. Adaptamos el formato y la metodología para aprovechar al máximo el tiempo y lograr un aprendizaje a medida de las necesidades del alumno.

> *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

#### Tema 1. El arte de comunicar

1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
1.2. El conocimiento
  1.2.1. Las fuentes del conocimiento
1.3. Los métodos científicos
  1.3.1. El método deductivo
  1.3.2. El método inductivo
  1.3.3. El método hipotético - deductivo
1.4. Conceptos comunes en la investigación científica
  1.4.1. Variables dependientes e independientes
  1.4.2. Hipótesis
  1.4.3. La operacionalización
  1.4.4. 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
  2.3.1. Investigación básica versus investigación aplicada
  2.3.2. Los paradigmas de investigación
  2.3.3. Los valores en la investigación
  2.3.4. La unidad de análisis
  2.3.5. Estudios trasversales y longitudinales
2.4. 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
  3.2.1. Grecia
  3.2.2. Los sofistas, primeros teóricos de la comunicación
  3.2.3. La retórica aristotélica
  3.2.4. Cicerón y los cánones de la retórica
  3.2.5. Quintiliano: la institución oratoria
3.3. El periodo moderno: la teoría de la argumentación
  3.3.1. El humanismo antirretoricista
  3.3.2. La comunicación en el Barroco
  3.3.3. De la Ilustración a la sociedad de masas
3.4. El siglo XX: la retórica de los medios masivos
  3.4.1. La comunicación mediática

#### Tema 4. La conducta comunicativa

4.1. Introducción: el proceso comunicativo
4.2. La conducta comunicativa
  4.2.1. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
  4.2.2. Los antecedentes biológicos de la comunicación
  4.2.3. La comunicación intrapersonal
  4.2.4. Los patrones de conducta comunicativa
4.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
  4.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
  4.3.2. 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
  5.2.1. El yo-niño
  5.2.2. El yo-padre
  5.2.3. El yo-adulto
5.3. Clasificación de las transacciones

#### Tema 6. Identidad, autoconcepto y comunicación

6.1. Introducción
6.2. Identidad, autoconcepto y comunicación
  6.2.1. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades
  6.2.2. La estrategia de las emociones negativas
  6.2.3.La estrategia de las emociones positivas
  6.2.4.La estrategia de inducción de emociones en los otros
  6.2.5. La estrategia de compromiso mutuo
  6.2.6. La estrategia de la lástima o la comprensión
6.3. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos
  6.3.1. El interaccionismo simbólico
6.4. El constructivismo
6.5. El autoconcepto motivado para interactuar
  6.5.1. La teoría de la acción razonada
6.6. Pragmática conversacional

#### Tema 7. La comunicación en grupos y organizaciones

7.1. Introducción: el proceso comunicativo
7.2. La conducta comunicativa
  7.2.1. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
  7.2.2. Los antecedentes biológicos de la comunicación
  7.2.3. La comunicación intrapersonal
  7.2.4. Los patrones de conducta comunicativa
7.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
  7.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
  7.3.2. 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
  8.3.1. Los medios de comunicación de masas
  8.3.2. Las funciones de los medios
8.4. Los efectos poderosos de los medios de masas
  8.4.1. 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
  9.4.1. Teoría de usos y gratificaciones
  9.4.2. Orígenes y principios
  9.4.3. Objetivos de la teoría de usos y gratificaciones
  9.4.4. Teoría de la expectativa

#### Tema 10. Comunicación mediática III

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

## Asignatura 2

### 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
1.5.1. 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
5.3.1 La formación del plural en los compuestos

#### Tema 6. Sintaxis del español: la oración simple

6.1. Introducción
6.2. El sintagma: características
6.2.1. Tipos de sintagma
6.3. Los complementos del núcleo verbal: las funciones sintácticas oracionales
6.4. Otras funciones de la enunciación
6.5. Clasificación oracional
6.6. 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 3

### Historia social y política contemporáneas

#### 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
2.3.1. Fases
2.4. La Revolución Industrial en Gran Bretaña
2.5. Transformaciones económicas
2.6. La Revolución Agraria
2.7. La Revolución Democrática
2.8. 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 Belle Époque

#### Tema 5. Historia de América Latina

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

### Tema 6. Revoluciones del siglo XIX: La era poscolonial

6.1. Introducción
6.2. Revoluciones del siglo XIX
6.2.1. Fin de las colonias
6.3. 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
7.4.1. Bandos
7.5. Fases
7.6. 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
8.5.1. El fascismo italiano
8.5.2. 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)
10.2.1. Las conferencias
10.2.2. El telón de acero
10.3. Europa
10.4. Asia
10.5. La carrera al abismo: del aumento de las tensiones a la crisis de Cuba (1953-1962)
10.6. Las détente (1962-1979)
10.7. La «segunda Guerra Fría»: Reagan, Gorbachov y el final de la Guerra Fría (1979-1989)
10.8. La caída del muro y la disolución de la Unión Soviética (1989-1991)
10.9. La Guerra Fría en América Latina

## Asignatura 4

### Introducción al estudio del 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 5

### 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?
1.2.1 Elementos de un ordenador
1.3. Los ficheros
1.3.1. La compresión de ficheros
1.4. Representación y medición de la información
1.5. La enseñanza a distancia
1.6. Reglas básicas de la comunicación online
1.7. ¿Cómo descargar información de Internet?
1.7.1. Guardar una imagen
1.8. 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
2.2.1. Características
2.2.2. Ventajas de la educación a distancia
2.2.3. Generaciones de Educación a Distancia
2.3. Las aulas virtuales en la enseñanza a distancia.
2.3.1. El diseño de las aulas virtuales para la enseñanza a distancia
2.4. Los mundos virtuales y la educación a distancia

### Tema 3. Técnicas para la planificación y organización

3.1. Introducción
3.2. Mapas de conocimiento
3.2.1. Funcionalidades
3.2.2. Clasificación de los mapas de conocimiento
3.2.3. Concepto y definición del mapa de conocimiento
3.2.4. Mapeo o aplicación de los conocimientos
3.3. Construcción de mapas de conocimiento
3.4. Tipos de mapas de conocimientos
3.5. Mapas de conocimiento con nombre propio
3.5.1. Mapas de conceptos
3.5.2. Mapas mentales
3.5.3. Páginas amarillas

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

4.1. Introducción
4.2. Conceptos de comparadores
4.3. Comparadores y comparaciones
4.4. Tipos y fases de comparadores. Enfoques y aproximaciones
4.5. Costes y beneficios del benchmarking
4.6. El caso Xerox
4.7. Memorias institucionales

### Tema 5. Comunicación online y comunicación online para el aprendizaje

5.1. Introducción
5.2. La comunicación online
5.2.1. ¿Qué es la comunicación y cómo se realiza?
5.2.2. ¿Qué es la comunicación online?
5.2.3. Comunicación online para el aprendizaje
5.2.4. Comunicación online para el aprendizaje y el estudiante a distancia
5.3. Herramientas libres de comunicación en línea.
5.3.1. Correo electrónico
5.3.2. Herramientas de mensajería instantánea
5.3.3. Google Talk
5.3.4. Pidgin
5.3.5. Facebook Messenger
5.3.6. WhatsApp

### Tema 6. Gestión del conocimiento

6.1. Introducción a la gestión del conocimiento
6.2. Matrices FADO
6.3. ¿Qué es la comunicación y cómo se realiza?
6.4. Definición
6.4.1. 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
7.4.1. Las cuatro operaciones básicas
7.5. Operaciones con constantes
7.6. Operaciones con variables. Ventajas
7.7. Relativas

### Tema 8. Herramientas de presentación digital

8.1. Introducción
8.2. ¿Cómo preparar presentaciones académicas efectivas?
8.2.1. Planificación y esquematización de la presentación
8.3. Producción
8.4. Uso de SlideShare
8.4.1. Características y funcionalidades principales
8.4.2. ¿Cómo usar SlideShare?

### Tema 9. Fuentes de información online

9.1. Introducción
9.2. Medios de comunicación tradicionales
9.2.1. Radio
9.2.2. Prensa
9.2.3. Televisión
9.3. Blog
9.4. Youtube
9.5. Redes sociales
9.5.1. Facebook
9.5.2. Twitter
9.5.3. Instagram
9.5.4. Snapchat
9.6. Publicidad en buscadores
9.7. Novedades

### Tema 10. La saturación de la información

10.1. Introducción
10.2. La saturación de información
10.2.1. La información en el mundo actual
10.2.2. Prensa
10.2.3. Televisión
10.2.4. Radio
10.3. La manipulación de la información

## Asignatura 6

### 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 macroeconomía
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. PIB nominal
10.2.4. PIB 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 7

## Historia de la comunicación social

### Tema 1. Historia del lenguaje

1.1. Introducción
1.2. La formación en el estadio de la comunidad primitiva
1.3. Lenguaje: en los orígenes del hombre social y erguido
1.4. Seguridades figurativas y magia empática
1.5. Mano y mente, herramienta y discurso. El largo tránsito neolítico
1.6. Símbolos, ritos y mitos: los registros culturales de la comunicación

### Tema 2. Logos y escritura: La comunicación en la Antigüedad

2.1. Introducción.
2.2. La palabra críptica. La escritura inventada y el siglo oculto
2.3. Oralidad, escritura: lenguas de babel
2.4. Del oráculo al texto: de los tiempos homéricos a Alejandro Magno
2.5. Hacia el códice: el imperio bilingüe y la romanización
2.6. Códices, cristianismo y decadencia clásica: la comunicación en un cambio de rumbo

### Tema 3. Medievo, Feudalismo y Comunicación

3.1. Introducción
3.2. Hacia la comunicación feudal: el puente cristiano y la dialéctica del silencio
3.3. Feudo, comuna, herejía e inquisición
3.4. Crisis general: los jinetes del Apocalipsis y la comunicación en las luchas sociales bajomedievales

### Tema 4. Feudalismo en transición y comunicación en la era de la imprenta

4.1. Introducción
4.2. Monarcas, ciudades, artesanos e impresores
4.3. Imprenta, reforma, contrarreforma: comunicación y guerras de religión
4.4. La imprenta, la revolución y el príncipe: de la crisis general del siglo XVII a las puertas de la Ilustración
4.5. Oralidad e iconicidad en la Europa moderna

### Tema 5. Ilustración, revolución y libertad de expresión

5.1. Introducción
5.2. El disparadero holandés: gacetas y libertades sobre Europa
5.3. Puritanos, disidentes y hombres libres: entre el púlpito y el libelo
5.4. La construcción del espacio público burgués: de la Ilustración al liberalismo
5.5. Efecto dominó: de la Revolución Francesa a la burguesía conquistadora
5.6. Entre La Marsellesa y el canto de los industriales: comunicación, revolución, nación y capitalismo (1815- 1848)

### Tema 6. El crecimiento de la comunicación

6.1. Introducción
6.2. Liberalismo y comunicación
6.3. La sociedad industrial: el nuevo destino de la prensa
6.4. Unificar los espacios, controlar las comunicaciones
6.5. La irrupción de las agencias de comunicación: la información como mercancía
6.6. Nuevos públicos, nuevos consumidores
6.7. Estados Unidos, Francia e Inglaterra

### Tema 7. La edad de oro de la prensa

7.1. Introducción
7.2. Nuevos periódicos para los nuevos tiempos
7.3. El capitalismo cambia de paso: la acción imperialista. El nuevo contexto económico
7.4. El cambio comunicativo: la acción social
7.5. El periodismo en los principales países
7.6. Las agencias en el nuevo orden imperialista. El botín de la comunicación

### Tema 8. La propaganda

8.1. Introducción
8.2. Nuevos medios en tiempos convulsos
8.3. Goebbels: el maestro de la propaganda. Paradigma de una Europa en crisis
8.4. El nacimiento de la propaganda moderna. Las condiciones históricas
8.5. La comunicación en tiempos de guerra
8.6. El periodismo en la trinchera

### Tema 9. La comunicación en tiempos de guerra

9.1. Introducción
9.2. La comunicación en la Guerra Fría
9.3. El triunfo audiovisual en la nueva sociedad global. Imágenes para todos
9.4. El nuevo sistema informativo de la posguerra. El intervencionismo estatal y el flujo libre: la cuadratura del círculo
9.5. La evolución de los medios. La seducción icónica
9.6. La gestión de la información. La mano invisible de la propaganda

### Tema 10. Crisis y reconversión del sistema: el hipersector de la comunicación

10.1. Introducción
10.2. Una revolución para superar la crisis
10.3. Sociedad posindustrial y de la comunicación. Paraíso o infierno
10.4. Concentración acelerada: el hipersector de la comunicación
10.5. Acciones y reacciones de la concentración
10.6. Estructuras nacionales de la comunicación en el nuevo orden internacional
10.7. La situación en los noventa. El universo multimedia

## Asignatura 8

## Teoría del periodismo

### Tema 1. Definición y tipos de periódicos

1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
1.2. Conceptos clave: comunicación, información y periodismo
1.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad
1.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación
1.5. Definición y características del diario
1.5.1. Historia
1.5.2. Temáticas
1.5.3. Precio de venta
1.5.4. Formato
1.6. Los contenidos del diario
1.6.1. Secciones

### Tema 2. Principales herramientas periodísticas

2.1. Introducción
2.2. Principales herramientas periodísticas
2.3. Criterios de selección
2.3.1. ¿Qué son?
2.3.2. Clasificaciones
2.3.3. 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
4.4.1. Actitudes prácticas
4.4.2. 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
5.4.1. Roles en la redacción
5.5. 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
6.6.1. Trabajos individuales
6.6.2. Trabajos colectivos
6.6.3. Libros de estilo

### Tema 7. Deontología periodística

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

### Tema 8. Tipos de periodismo

8.1. Introducción
8.2. Periodismo de investigación
8.2.1. Cualidades del periodista de investigación
8.2.2. Esquema Williams
8.2.3. Técnicas de investigación-innovación
8.3. Periodismo de precisión
8.3.1. Especializaciones del periodismo de precisión
8.4. Periodismo de servicio
8.4.1. Características temáticas
8.5. La especialización periodística
8.6. 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 elocutio o 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
10.3.1. El periódico como comunicación
10.3.2. El periódico en los niveles extra, ínter, intra
10.4. El periódico como pacificador
10.4.1. Mecanismo de alarma
10.4.2. Creador de atmósferas, movilizador para la paz
10.5. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas
10.6. El periódico como institución misionera
10.7. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio
10.8. 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 9

## 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

### Tema 11. El diseño periodístico desde la Teoría de la Imagen

11.1. Introducción
11.2. Funciones del diseño periodístico
11.3. Acotación final del término diseño periodístico
11.4. Arbitrariedad o naturalidad del diseño periodístico
11.5. Articulación del lenguaje visual del diseño periodístico

## Asignatura 10

### 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 11

### Literatura y creación literaria

### Tema 1. Los géneros literarios

1.1. Introducción
1.2. Definición de género literario
  1.2.1. Definición histórica de los géneros literarios
1.3. Delimitación de los géneros literarios: poesía, narrativa, teatro y ensayo
1.4. 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)
6.7. 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 novela de no ficción 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 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
5.3.1. La emoción como preparación para la acción
5.4. Emociones y personalidad
5.5. 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
6.5.1. 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
10.5.1. Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales

## Asignatura 13

### Sociología general

#### Tema 1. Fundamentos históricos de la sociología

1.1. Origen
1.2. Concepto y objeto
1.3. Preliminares de su formación
  1.3.1. Augusto Comte
  1.3.2. Herbert Spencer
  1.3.3 Emilio Durkheim
  1.3.4. Carl Marx
  1.3.5. Max Webber
1.4. La sociología y las ciencias sociales

#### Tema 2. Relaciones sociales predominantes

2.1. Sociedad y población
2.2. Grupos sociales
2.3. Rol social
2.4. Tipos de relaciones sociales
2.5. Clases sociales

#### Tema 3. Estructura y organización social

3.1. La familia
3.2. La escuela
3.3. Los medios de comunicación
3.4. La nación y el Estado
3.5. La iglesia
3.6. Educación y procesos de socialización
3.7. Cultura, sociedad e individuo
3.8. Instituciones sociales

#### Tema 4. Desarrollo y evolución de la sociología del derecho

4.1. Conceptos básicos
  4.1.1. Poder
  4.1.2. Legitimidad
  4.1.3. Legalidad
4.2. Política y sus implicaciones
4.3. Origen y desarrollo de la sociología del derecho

#### Tema 5. Corrientes de la sociología jurídica

5.1. Vida social y vida jurídica
5.2. Funciones sociales del derecho
5.3. La sociología y su relación con el derecho

#### Tema 6. Normas y roles

6.1. Del abogado
6.2. Del juzgador
6.3. De la policía
6.4. Roles y partes en los procesos jurídicos
6.5. Fiscales
6.6. Actores
6.7. Demandados
6.8. Víctimas
6.9. El pluralismo jurídico y los grupos indígenas
6.10. Validez y eficacia del derecho
6.11. Control social
6.12. Orden contra represión
6.13. El derecho como instrumento de control

#### Tema 7. Clases sociales y estratificación social

7.1. Concepto de estratificación social
7.2. Teoría de clases sociales

#### Tema 8. Cambio social

8.1. Evolución y cambio social
8.2. Factores y condiciones del cambio social
8.3. Agentes de cambio social

#### Tema 9. Instituciones jurídico sociales

9.1. Relación Estado–Constitución
9.2. Administración e impartición de justicia
9.3. Fuerzas conservadoras y reformadoras del derecho
9.4. Fuerzas sociales que actúan sobre la legislación
9.5. Influencia social en el proceso de creación normativa
9.6. Visión social de la aplicación de la ley

#### Tema 10. Pensamiento contemporáneo en México

10.1. Principales escuelas sociológicas y sus exponentes
10.2. Tendencias sociológicas contemporáneas
10.3. Desarrollo y evolución del pensamiento social en México

## Asignatura 14

### 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
  4.4.1. El cine fantástico y de terror
  4.4.2. El cine bélico
  4.4.3. La comedia
  4.4.4. El musical
  4.4.5. El documental
4.5. Los personajes y el diálogo
4.6. 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. 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: spot, tráiler y videoclip

9.1. Introducción
9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
9.2.1. Spot
9.2.2. Tráiler
9.2.3. 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 15

### Periodismo escrito I

### Tema 1. Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos

1.1. Introducción
1.2. Planteamiento general
1.3. Antecedentes, utilidad y criterios de valoración
1.4. Clasificación de los géneros
1.5. Características diferenciales. Primera fase: conceptos previos
1.5.1. Noticia
1.6. Características diferenciales. Segunda fase: rasgos distintivos de cada género
1.7. Otro modelo de clasificación más simplificado y universal
1.8. Previsiones de futuro: los géneros en el periodismo digital

### Tema 2. El periodista multimedia y la transformación de los géneros

2.1. Introducción
2.2. Nace un nuevo periodista
2.3. Consecuencias para el periodista
2.4. Difícil separación entre relatos y comentarios
2.5. Nuevos géneros periodísticos
2.6. La diferencia de trabajar en la red
2.7. Cada canal exige una forma de hacer
2.8. Nueva fisonomía de la radio
2.9. Entender la historia televisiva
2.10. Una pantalla para cada cosa
2.11. Un lenguaje específico para la Red
2.12. La regla número 17 de Stephen King

### Tema 3. El lenguaje periodístico

3.1. Introducción
3.2. Lenguaje periodístico
3.3. El texto periodístico y su contexto
3.4. El lenguaje coral de los iconos

### Tema 4. La noticia

4.1. Introducción
4.2. Definición
4.3. Cualidades específicas del hecho noticioso
4.4. Tipos de noticia

### Tema 5. Las noticias discursivas

5.1. Introducción
5.2. Preparación y cobertura
5.3. Redacción
5.4. Partes de la noticia

### Tema 6. El arte de las citas

6.1. Introducción
6.2. Funciones de las citas
6.3. Tipos de citas
6.4. Técnicas de la cita directa
6.5. Cuando usar las citas directas

### Tema 7. La narración periodística

7.1. Introducción
7.2. La narración periodística
7.3. Problemas en la narración periodística

### Tema 8. Los titulares periodísticos

8.1. Introducción
8.2. Funciones de los titulares
8.3. Características de los titulares
8.4. Evolución de los titulares
8.5. Elementos de titulación en los medios impresos, audiovisuales y digitales
8.6. Tipos de titulares

### Tema 9. Las fuentes en el periodismo informativo

9.1. Introducción
9.2. En busca de la noticia
9.3. Tipos de fuentes para el periodismo informativo

### Tema 10. Producción informativa y procedimientos de producción

10.1. Introducción
10.2. Organización del trabajo
10.3. Comercialización
10.4. Algunos aspectos contables
10.5. La imagen de los periódicos
10.5.1. El rediseño de periódicos

## Asignatura 16

### Periodismo escrito II

### Tema 1. La interpretación y la teoría de los géneros periodísticos

1.1. Introducción
1.2. La interpretación, tarea periodística
1.3. La «tipología de Martínez Albertos»
1.4. Otras clasificaciones finalistas
1.5. La objetividad, criterio clasificador
1.6. ¿Los hechos son sagrados y las opiniones libres?

### Tema 2. La crónica periodística (I). Orígenes y definición

2.1. Introducción
2.2. Definición de crónica
2.3. La crónica en la era digital
2.4. Tipología de la crónica

### Tema 3. La crónica periodística (II). 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

### Tema 4. La crónica periodística (III). Titulares, entradillas y recursos de estilo

4.1. Introducción
4.2. La crónica de sucesos y judicial
4.3. La crónica parlamentaria
4.4. La España democrática
4.5. La crónica de espectáculos
4.6. La crónica deportiva

### Tema 5. El reportaje (I). Definición, orígenes y tipología

5.1. Introducción
5.2. Definición
5.3. El origen del reportaje: sus precedentes
5.4. El «reportaje interpretativo»

5.5. Estilo y características diferenciales del reportaje
5.6. El reportaje en soporte digital
5.7. Tipología de reportajes
5.7.1. Tipología digital

### Tema 6. El reportaje (II). Idea, enfoque e investigación

6.1. Introducción
6.2. Escasa pedagogía del reportaje
6.3. El proyecto del reportaje: la idea y el enfoque
6.4. La investigación: recopilación, selección y ordenación de los datos
6.5. Cuándo usar las citas directas

### Tema 7. El reportaje (III). Estructura y redacción

7.1. Introducción
7.2. Estilo y estructura, claves del reportaje
7.3. La titulación del reportaje
7.4. La entradilla del reportaje
7.5. El cuerpo del reportaje

### Tema 8. La entrevista (I). Definición, origen y principales hitos

8.1. Introducción
8.2. Definición de entrevista
8.3. Origen histórico de la entrevista: los diálogos
8.4. La evolución de la entrevista

### Tema 9. La entrevista (II). Tipología, preparación y realización

9.1. Introducción
9.2. Tipos de entrevistas
9.3. El proceso de confección de la entrevista

### Tema 10. La entrevista (III). Organización del material y redacción

10.1. Introducción
10.2. Transcripción y preparación del material obtenido
10.3. La titulación de la entrevista
10.3.1. Errores en el título
10.4. La entradilla
10.5. El cuerpo de la entrevista

## Asignatura 17

**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. Las fuentes y el documento

3.1. Introducción
3.2. Las fuentes de información
3.3. Los documentos
3.4. Tipos de fuentes documentales

### 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 escrita, 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 18

**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 19

## Teoría de la publicidad

### Tema 1. Fundamentos de la publicidad

1.1. Introducción
1.2. Nociones básicas sobre la publicidad y el marketing
1.2.1. La mercadotecnia
1.2.2. La publicidad
1.3. Publicidad, relaciones públicas y propaganda
1.4. Dimensiones y alcance social de la publicidad contemporánea
1.5. 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 brief de publicidad o brief de comunicación
6.4. La estrategia creativa
6.5. Estrategia de medios
6.5.1. 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: McDonalds

### 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 20

### Estructura de la comunicación

### Tema 1. Teoría, concepto y método de la estructura de la comunicación

1.1. Introducción
1.2. Autonomía de la disciplina y relaciones con otras materias
1.3. El método estructuralista
1.4. Definición y objeto de la estructura de la comunicación
1.5. Guía para el análisis de la estructura de la comunicación

### Tema 2. Nuevo Orden Internacional de la Comunicación

2.1. Introducción.
2.2. Control del Estado: Monopolios
2.3. Comercialización de la comunicación
2.4. Dimensión cultural de la comunicación

### Tema 3. Grandes agencias informativas

3.1. Introducción
3.2. Qué es una agencia informativa
3.3. Información y noticias
3.4. Antes de Internet
3.5. Las agencias de noticias se ven gracias a Internet
3.6. Las grandes agencias mundiales

### Tema 4. La industria publicitaria y su relación con el sistema de medios

4.1. Introducción
4.2. Industria publicitaria
4.3. La necesidad de la publicidad para los medios de comunicación
4.4. La estructura de la industria publicitaria
4.5. Los medios y su relación con la industria publicitaria
4.6. Regulación y ética publicitaria

### Tema 5. Cine y mercado de la cultura y el ocio

5.1. Introducción
5.2. La compleja naturaleza del cine
5.3. El origen de la industria
5.4. Hollywood, la capital mundial del cine

### Tema 6. Poder político y medios de comunicación

6.1. Introducción
6.2. Influencia de los medios de comunicación en la formación de la sociedad
6.3. Medios de comunicación y poder político

### Tema 7. Concentración de medios y políticas de comunicación

7.1. Introducción
7.2. La concentración de medios
7.3. Políticas de comunicación

### Tema 8. Estructura de la comunicación en Latinoamérica

8.1. Introducción
8.2. Estructura de la comunicación en Latinoamérica
8.3. Nuevas tendencias

### Tema 9. Sistema de medios en Hispanoamérica y la digitalización del periodismo

9.1. Introducción
9.2. Aproximación histórica
9.3. Bipolaridad del sistema de medios hispanoamericano
9.4. Medios hispanos en EE.UU

### Tema 10. Digitalización y futuro del periodismo

10.1. Introducción
10.2. La digitalización y la nueva estructura de medios
10.3. La estructura de la comunicación en los países democráticos

## Asignatura 21

### Investigación en medios digitales

### Tema 1. El método científico y sus técnicas

1.1. Introducción
1.2. El método científico y sus técnicas
1.3. Método científico y técnicas metodológicas
1.4. Diseño y fases de una investigación
1.5. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
1.6. Enfoques y perspectivas en una investigación
1.7. Normas éticas y deontológicas

### Tema 2. Metodología I

2.1. Introducción
2.2. Los aspectos medibles: el método cuantitativo
2.3. Las técnicas cuantitativas
2.4. Tipos de encuesta
2.5. La preparación del cuestionario y la exposición de resultados

### Tema 3. Metodología II

3.1. Introducción
3.2. Los aspectos medibles: el método cualitativo
3.3. Las técnicas cualitativas
3.4. Las entrevistas individuales y su tipología
3.5. La entrevista en grupo y sus variables: grupos de discusión
3.6. Otras técnicas conversacionales: Philips 66, lluvia de ideas, Delphi, núcleos de intervención participativa, árbol de problemas y soluciones
3.7. La investigación-acción participativa

### Tema 4. Metodología III

4.1. Introducción
4.2. Desvelar los comportamientos y las interacciones comunicativas: la observación y sus variantes
4.3. La observación como método científico
4.4. El procedimiento: la planificación de una observación sistemática
4.5. Diferentes modalidades de observación
4.6. La observación online: etnografía virtual

### Tema 5. Metodología IV

5.1. Introducción
5.2. Desvelar el contenido de los mensajes: análisis de contenido y de discurso
5.3. Introducción al análisis de contenido cuantitativo
5.4. La selección de la muestra y el diseño de las categorías
5.5. El procesamiento de los datos
5.6. El análisis crítico de discurso
5.7. Otras técnicas para el análisis de los textos mediáticos

### Tema 6. Técnicas de recogida de datos digitales

6.1. Introducción
6.2. Conocer las reacciones: experimentar en comunicación
6.3. Introducción a los experimentos
6.4. Qué es un experimento en comunicación
6.5. La experimentación y sus tipologías
6.6. El diseño práctico del experimento

### Tema 7. Técnicas de organización de datos digitales

7.1. Introducción
7.2. La información digital
7.3. Problemáticas y propuestas metodológicas
7.4. La prensa online: características y aproximación a su análisis

### Tema 8. Servicios instrumentales participativos

8.1. Introducción
8.2. Internet como objeto de estudio: criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de sus contenidos
8.3. Internet como objeto de estudio
8.4. Criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de los contenidos en Internet

### Tema 9. Calidad de internet como fuente: estrategias de validación y confirmación

9.1. Introducción
9.2. Investigación sobre Internet y las plataformas digitales
9.3. Búsquedas y exploración en el entorno online
9.4. Aproximación a la investigación de los formatos digitales: los blogs
9.5. Aproximación a métodos de investigación de las redes sociales
9.6. La investigación de los hipervínculos

### Tema 10. Difusión de la actividad investigadora

10.1. Introducción
10.2. Tendencias de investigación en comunicación
10.3. Introducción al panorama contemporáneo de la investigación en comunicación
10.4. La readaptación de los objetos clásicos de la investigación comunicacional
10.5. La aparición de los objetos clásicos de la investigación
10.6 Hacia la interdisciplinariedad y la hibridación metodológica

## Asignatura 22

### 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
7.2.1. La noticia
7.2.2. La crónica
7.2.3. El reportaje
7.2.4. La entrevista
7.3. 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 online

### 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 23

### Diseño de publicaciones

### Tema 1. Tecnología manual de la comunicación e información escrita

1.1. Introducción
1.2. Las formas iniciales de la escritura
1.3. Los soportes de la escritura manual
1.4. Niveles de representación gráfica en la primera escritura
1.5. Clasificación general de los signos de escritura
1.6. El nacimiento y desarrollo del alfabeto: la independencia del signo escrito
1.7. La escritura, memoria de información
1.8. Las formas de la escritura alfabética latina: observación diacrónica
1.9. Las imágenes en el mundo de la escritura manual

### Tema 2. Sistema de impresión

2.1. Introducción
2.2. De la reproducción manual a la reproducción mecanizada de la escritura
2.3. La imitación, denominador común de las primeras copias mecánicas de información
2.4. Antecedentes de la reproducción mecanizada de la información en la Antigüedad
2.5. La xilografía, el antecedente más próximo a la tecnología de Gutenberg

2.6. Conocimientos y elementos tecnológicos preexistentes y necesarios para la imprenta de Gutenberg
2.7. La imprenta de Gutenberg
2.8. El desarrollo de las fases de composición e impresión de la información escrita

**Tema 3. Formas y funciones de los elementos del diseño periodístico**

3.1. Introducción
3.2. Qué es el diseño periodístico de comunicación e información escrita
3.3. Los elementos del diseño periodístico

**Tema 4. Las imágenes**

4.1. Introducción
4.2. Las imágenes periodísticas
4.3. La infografía: naturaleza, características, funciones y formas
4.4. Los recursos gráficos no textuales ni icónicos

**Tema 5. El color**

5.1. Introducción
5.2. Naturaleza, función y procesos de síntesis del color
5.3. Separación de colores en artes gráficas
5.4. Funciones y posibilidades expresivas del color en un medio escrito
5.5. Características de colores plano

**Tema 6. Tipografías: identidad y uso**

6.1. Introducción
6.2. Qué es tipografía
6.3. La morfología del carácter: implicaciones semánticas
6.4. Clasificaciones de los caracteres tipográficos
6.5. Las funciones de la tipografía
6.6. La tipografía informática

**Tema 7. Formatos y diseño periodístico de la información**

7.1. Introducción
7.2. Evolución diacrónica del diseño periodístico de medios escritos
7.3. El formato, primera circunstancia espacial
7.4. La distribución y arquitectura del espacio de la página
7.5. El diseño modular
7.6. El diagrama de Gutenberg
7.7. El CIV

**Tema 8. Diseño periodístico y comunicación. Orden y jerarquía**

8.1. Introducción
8.2. El objetivo fundamental del diseño periodístico
8.3. Criterios de distribución de la información
8.4. Estructuras básicas de conformación de páginas
8.5. Sistemas de equilibrio en la expresión de los significantes informativos
8.6. Principios básicos aplicables en el diseño periodístico
8.7. La primera página
8.8. Las páginas interiores del periódico

**Tema 9. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación**

9.1. Introducción
9.2. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación e información escrita inmediatamente anterior a la digitalización
9.3. La digitalización, cambio de marcha en el desarrollo de la comunicación e información escrita

**Tema 10. La mediación digital en el periodismo actual**

10.1. Introducción
10.2. La mediación digital en el periodismo actual
10.3. La información escrita en el periodismo de edición digital

## Asignatura 24

### Comunicación televisiva

**Tema 1. El mensaje en televisión**

1.1. Introducción
1.2. El mensaje en televisión
1.3. La TV como la unión de la imagen dinámica y el audio

**Tema 2. Historia y evolución del medio televisivo**

2.1. Introducción
2.2. Origen del medio televisivo
2.3. Historia y evolución en el mundo del medio televisivo

**Tema 3. Géneros y formatos en televisión**

3.1. Introducción
3.2. Géneros televisivos
3.3. Formatos en televisión

**Tema 4. El guion en televisión**

4.1. Introducción
4.2. Tipos de guion
4.3. Función del guion en televisión

**Tema 5. Programación televisiva**

5.1. Introducción
5.2. Historia
5.3. Programación en bloque
5.4. Programación cruzada
5.5. Contraprogramación

**Tema 6. Lenguaje y narración en televisión**

6.1. Introducción
6.2. El lenguaje en televisión
6.3. La narración en televisión

**Tema 7. Técnicas de locución y expresión**

7.1. Introducción
7.2. Técnicas de locución
7.3. Técnicas de expresión

**Tema 8. Creatividad en televisión**

8.1. Introducción
8.2. La creatividad en televisión
8.3. El futuro de la televisión

**Tema 9. Producción**

9.1. Introducción
9.2. Producción televisiva
9.3. Preproducción
9.4. Producción y grabación
9.5 Postproducción

**Tema 10. Tecnología y Técnicas digitales en televisión**

10.1. Introducción
10.2. El papel de la tecnología en la televisión
10.3. Las técnicas digitales en televisión

## Asignatura 25

### Revistas

**Tema 1. Qué es una revista**

1.1. Introducción
1.2. Qué es una revista. Sus especificidades y el mercado editorial
1.3. Especificidades de la revista
1.4. Mercado de revistas: cuestiones generales
1.5. Grandes grupos editoriales de revistas

**Tema 2. El lector de revistas**

2.1. Introducción
2.2. El lector de revistas
2.3. Encontrar y fidelizar al lector
2.4. El lector de revistas impresas
2.5. El lector de revistas digitales
2.6. Lectores y publicidad

**Tema 3. Creación y vida de una revista**

3.1. Introducción
3.2. La creación de una revista
3.3. El nombre
3.4. El ciclo de vida de una revista

### Tema 4. Segmentación y especialización de las revistas

4.1. Introducción
4.2. Segmentación y especialización de las revistas
4.3. Tipos de revista
  4.3.1. Revistas culturales
  4.3.2. Revistas del corazón
  4.3.3. Suplementos

### Tema 5. Estructura y contenidos de las revistas

5.1. Introducción
5.2. La mancheta
5.3. La estructura
5.4. Los contenidos

### Tema 6. Nacimiento y desarrollo de las revistas en Europa y Estados Unidos

6.1. Introducción
6.2. Los inicios: entre el siglo XVI y el XVIII. De las relaciones a las gacetas
6.3. El siglo XIX en Europa
6.4. Balance del siglo XIX

### Tema 7. El siglo XX: la consolidación de la revista moderna

7.1. Introducción
7.2. Las primeras décadas del siglo XX en las revistas europeas
7.3. Estados Unidos entre los años veinte y los sesenta: el segundo boom de las revistas
7.4. Europa tras la Segunda Guerra Mundial: las revistas a partir de los años 40
7.5. De los años 60 en adelante: la revista renovada

### Tema 8. Hitos en la historia de las revistas estadounidense

8.1. Introducción
8.2. National Geographic, un hito en las revistas de divulgación
8.3. Time, un hito en los semanarios de información
8.4. Reader's Digest, un hito en las revistas de revistas
8.5. The New Yorker, un hito en las revistas de opinión y cultura

### Tema 9. Las revistas en Europa

9.1. Introducción
9.2. Difusión
9.3. Principales revistas por países

### Tema 10. Las revistas en Latinoamérica

10.1. Introducción
10.2. Origen
10.3. Principales revistas por países

## Asignatura 26

## Opinión pública

### Tema 1. El concepto de Opinión Pública

1.1. Introducción
1.2. Definición
1.3. La opinión pública como fenómeno racional y como forma de control social
1.4. Fases del crecimiento de la opinión pública como disciplina
1.5. El siglo XX

### Tema 2. Marco teórico de la opinión pública

2.1. Introducción
2.2. Perspectivas de la disciplina de la opinión pública en el siglo XX
2.3. Autores del siglo XX
2.4. Walter Lippmann: la opinión pública sesgada
2.5. Jürgen Habermas: la perspectiva político-valorativa
2.6. Niklas Luhmann: la opinión pública como modalidad comunicativa

### Tema 3. Psicología social y opinión pública

3.1. Introducción
3.2. Variables psicosociales en la relación de los entes persuasivos con sus públicos
3.3. El nombre
3.4. El conformismo

### Tema 4. Modelos de influencia mediática

4.1. Introducción
4.2. Modelos de influencia mediática
4.3. Tipos de efectos de los medios de comunicación
4.4. La investigación de los efectos de los medios
4.5. El poder de los medios

### Tema 5. Opinión pública y comunicación política

5.1. Introducción
5.2. La comunicación política electoral. La propaganda
5.3. La comunicación política de los gobiernos

### Tema 6. Opinión pública y elecciones

6.1. Introducción
6.2. ¿Influyen las campañas electorales en la opinión pública?
6.3. El efecto de los medios en campaña electoral como refuerzo de las opiniones
6.4. Los efectos de la opinión pública

### Tema 7. Gobierno y opinión pública

7.1. Introducción
7.2. Los representantes y sus representados
7.3. Los partidos políticos y la opinión pública
7.4. Las políticas públicas como expresión de la acción de gobierno

### Tema 8. La intermediación política de la prensa

8.1. Introducción
8.2. Los periodistas como intermediadores políticos
8.3. Disfunciones de la intermediación periodística
8.4. La confianza en los periodistas como intermediadores

### Tema 9. Esfera pública y modelos emergentes de democracia

9.1. Introducción
9.2. La esfera pública en la sociedad de la información
9.3. La esfera pública en la sociedad de la información
9.4. Modelos emergentes de democracia

### Tema 10. Métodos y técnicas de investigación de la opinión pública

10.1. Introducción
10.2. Las encuestas de opinión
10.3. Tipos de encuestas
10.4 Análisis

## Asignatura 27

## Estadística

### Tema 1. Introducción a la estadística

1.1. Conceptos básicos
1.2. Tipos de variables
1.3. Información estadística

### Tema 2. Ordenación y clasificación del registro de datos

2.1. Descripción de variables
2.2. Tabla de distribución de frecuencias
2.3. Cuantitativas y cualitativas

### Tema 3. Aplicaciones de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) y sistemas prácticos

3.1. Conceptos básicos
3.2. Herramientas
3.3. Representación de datos

### Tema 4. Medidas resumen de los datos I

4.1. Medidas descriptivas
4.2. Medidas de centralización
4.3. Medidas de dispersión
4.4. Medidas de forma o posición

### Tema 5. Medidas resumen de los datos II

5.1. Diagrama de caja
5.2. Identificación de valores atípicos
5.3. Transformación de una variable

### Tema 6. Análisis del conjunto de dos variables estadísticas

6.1. Tabulación de dos variables
6.2. Tablas de contingencia y representaciones gráficas
6.3. Relación lineal entre variables cuantitativas

### Tema 7. Series temporales y números índices

7.1. Las series temporales
7.2. Tasas de variación
7.3. Números índices
7.4. El IPC y series temporales deflactadas

### Tema 8. Introducción a la probabilidad: cálculo y conceptos básicos

8.1. Conceptos básicos
8.2. Teoría de conjuntos
8.3. Cálculo de probabilidades

### Tema 9. Variables aleatorias y funciones de probabilidad

9.1. Variables aleatorias
9.2. Medidas de las variables
9.3. Función de probabilidad

### Tema 10. Modelos de probabilidad para variables aleatorias

10.1. Cálculo de probabilidades
10.2. Variables aleatorias discretas
10.3. Variables aleatorias continuas
10.4. Modelos derivados de la distribución normal

## Asignatura 28

**Periodismo televisivo**

### Tema 1. Organización de la redacción y cobertura informativa

1.1. Introducción
1.2. Organización en la redacción de una televisión
1.3. Puestos
1.4. Cobertura informativa

### Tema 2. Informativos no diarios

2.1. Introducción
2.2. Informativos no diarios
2.2.1. Informativos de fin de semana
2.2.2. Informativos excepcionales

### Tema 3. Informativos diarios

3.1. Introducción
3.2. Informativos diarios
3.3. Tipos de informativos
3.3.1. Estelares
3.3.2. Informativo diario
3.3.3. Programas de entrevistas
3.3.4. Infoentretenimiento

### Tema 4. La crónica, el reportaje y la entrevista

4.1. Introducción
4.2. La crónica
4.3. Tipos de reportaje
4.4. Tipos de entrevista

### Tema 5. La entradilla de estudio

5.1. Introducción
5.2. La entradilla de estudio
5.3. Entradillas audiovisuales

### Tema 6. Programas según formatos. Magazines y Reality-show

6.1. Introducción
6.2. Definición de magazine
6.3. Definición de reality – show

### Tema 7. Programas especializados según contenidos

7.1. Introducción
7.2. Periodismo especializado
7.3. Programas especializados

### Tema 8. La realización televisiva

8.1. Introducción
8.2. La realización televisiva
8.3. Preproducción
8.4. Rodaje
8.5. Control de realización

### Tema 9. Tratamiento de la información en directo y en diferido

9.1. Introducción
9.2. Tratamiento de la información en directo
9.3. Tratamiento de la información en diferido

### Tema 10. Técnicas de edición

10.1. Introducción
10.2. Técnicas de edición en televisión
10.3. Tipos de edición

## Asignatura 29

**Periodismo radiofónico**

### Tema 1. Historia de la radio

1.1. Historia de la información radiofónica en el mundo
1.2. Origen
1.3. Evolución de la información radiofónica

### Tema 2. De los géneros literarios a los radiofónicos

2.1. Introducción.
2.2. La razón de ser de los géneros
2.3. De los géneros literarios a los radiofónicos, pasando por los periodísticos
2.4. Clasificación de los géneros radiofónicos

### Tema 3. Informativos

3.1. Introducción
3.2. La noticia como materia prima
3.3. Tipos de programas informativos

### Tema 4. El deporte como género radiofónico

4.1. Introducción
4.2. Historia
4.3. Los formatos deportivos
4.4. El futuro del deporte en la radio

### Tema 5. Programas de participación de la audiencia

5.1. Introducción
5.2. Razones para el éxito de la participación como género radiofónico
5.3. Tipología del género de participación

### Tema 6. Dramáticos

6.1. Introducción
6.2. Los Subgéneros
6.3. La técnica

### Tema 7. Musicales

7.1. Introducción
7.2. Historia del género musical
7.3. Los subgéneros

### Tema 8. El magacín

8.1. Introducción
8.2. El magacín
8.3. El magacín especializado

### Tema 9. Historia de la publicidad

9.1. Introducción
9.2. Historia de la publicidad
9.3. Tipos de publicidad

### Tema 10. La publicidad como género radiofónico

10.1. Introducción
10.2. La publicidad en radio
10.3. La publicidad como género radiofónico
10.4. El fenómeno publicitario radiofónico en el proceso de comunicación

## Asignatura 30

## Periodismo deportivo

### Tema 1. La prensa deportiva

1.1. Introducción
1.2. Actualidad
1.3. Calidad en la información deportiva
  1.3.1. Fuentes
  1.3.2. Lenguaje
1.4. La prensa deportiva local
  1.4.1. Credibilidad de la información local
  1.4.2. Temática deportiva

### Tema 2. Los géneros deportivos

2.1. Introducción
  2.1.1. Del papel a la web
  2.1.2. De lo analógico a lo digital
  2.1.3. De la información a la opinión
2.2. Estructura y lenguaje
  2.2.1. Titulares
  2.2.2. Entradillas
  2.2.3. Declaraciones y despieces
2.3. Elementos de las piezas interpretativas
  2.3.1. Crónicas
  2.3.2. Reportajes
  2.3.3. Entrevistas
2.4. Habilidades del periodista deportivo

### Tema 3. La programación deportiva en televisión

3.1. Introducción
3.2. Evolución de los programas deportivos en televisión
  3.2.1. El deporte en las televisiones públicas
  3.2.2. El deporte en las televisiones de pago
3.3. Programación deportiva en televisión
  3.3.1. Las retransmisiones
  3.3.2. El espectáculo como estrategia
  3.3.3 La tecnología

### Tema 4. Tendencias de la radio

4.1. Introducción
4.2. La radio
4.3. Tendencias del periodismo radiofónico
  4.3.1. Contenidos
  4.3.2. Archivo sonoro
  4.3.3. Reportajes para una radio bajo demanda

### Tema 5. Las imágenes en el periodismo deportivo

5.1. Introducción
5.2. El deporte y las imágenes
  5.2.1. Concepto de deporte
  5.2.2. Mediatización del deporte
  5.2.3. Concepto de imagen
5.3. La imagen en el periodismo deportivo
  5.3.1. Concepto de periodismo deportivo
  5.3.2. Fotoperiodismo deportivo
  5.3.3. La imagen en movimiento
5.4. La especulación mediática del deporte

### Tema 6. Nuevas narrativas digitales en el periodismo deportivo

6.1. Introducción
6.2. Nuevas narrativas multimedia
  6.2.1. Imágenes
  6.2.2. La mutación del audio y del vídeo
6.3. El periodismo de datos
  6.3.1. Búsqueda
  6.3.2. Análisis
6.4. El relato interactivo
6.5. De la realidad virtual a la realidad aumentada

### Tema 7. El lenguaje de los periodistas deportivos

7.1. Introducción
7.2. Características
  7.2.1. Libertad estilística y creatividad
  7.2.2. Errores
7.3. Obras de referencia para su estudio
7.4. Responsabilidad del periodista

### Tema 8. El deporte femenino y los medios de comunicación

8.1. Introducción
8.2. Deporte y género: deporte habitualmente practicado por mujeres y hombres
8.3. Mujer y deporte: el deporte femenino
  8.3.1. Edades del deporte femenino
  8.3.2. Deportes mixtos
8.4. La mujer en el periodismo deportivo
8.5. Lenguaje sexista
8.6. Importancia de los nuevos medios de comunicación para el deporte femenino

### Tema 9. Redes sociales en el deporte

9.1. Introducción
9.2. El uso de las redes sociales en el deporte
9.3. Consecuencias para periodistas y profesionales de los medios
9.4. Consecuencias para deportistas y aficionados
  9.4.1. Marcas personales
  9.4.2. Gestión de la crisis

### Tema 10. Hacia un nuevo modelo de gestión comunicativa en las organizaciones deportivas

10.1. Introducción
10.2. El papel de la comunicación corporativa en el deporte
10.3. Actores de la gestión comunicación del deporte
10.4. La evolución del modelo comunicativo influido por las TCI

## Asignatura 31

## Periodismo cultural

### Tema 1. El periodismo cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital

1.1. Objetivos y fuentes del periodismo cultural en los medios audiovisuales
1.2. Conocer al público y saber dónde encontrarlo
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
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. Guías esenciales de documentación periodística cultural

3.1. Documentación histórica
3.2. Documentación actual
3.3. La rabiosa actualidad

### Tema 4. La filosofía 3.0 de la comunicación

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

### Tema 5. Gestión de medios y redes sociales

5.1. Facebook
5.2. Twitter
5.3. Instagram
5.4. Linkedin
5.5. Otras redes

### Tema 6. Contenidos periodísticos interactivos

6.1. El rol del profesional del periodismo
6.2. Informar o entretener
6.3. Más medios digitales
6.4. Contenidos de periodismo interactivo

### Tema 7. Los paradigmas de la comunicación

7.1. La audiencia y el usuario
7.2. El medio y el contenido
7.3. El soporte
7.4. El tiempo
7.5. La desinformación

### Tema 8. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados

8.1. SEO
8.2. SEM
8.3. SMO
8.4. SMM
8.5. SERM

## Asignatura 32

### Periodista digital y redes sociales

### Tema 1. Los nuevos perfiles profesionales

1.1. Introducción
1.2. De la empresa tradicional a la empresa digital
1.3. Los nuevos profesionales 2.0
1.4. La era de los blogueros

### Tema 2. Organización de la información digital

2.1. Introducción
2.2. La usabilidad en el entorno digital
2.3. Etiquetas y metadatos
2.4. Optimización para buscadores (SEO y SEM)

### Tema 3. Arquitectura del contenido web

3.1. Introducción
3.2. Estructura de la portada
3.3. Menú
3.4. Titular
3.5. Cuerpo

### Tema 4. El blog periodístico y los wikis

4.1. Introducción
4.2. El blog periodístico
4.3. Estructura de un post
4.4. Etiquetas
4.5. Comentarios
4.6. Los Wikis

### Tema 5. Microblogging y periodismo

5.1. Introducción
5.2. Twitter
5.3. Las fuentes en Twitter

### Tema 6. Plataformas sociales y periodismo

6.1. Introducción
6.2. Redes sociales y periodismo
6.3. Integración de contenidos sociales
6.4. Técnicas de escritura en redes sociales

### Tema 7. Escritura en pantalla

7.1. Introducción
7.2. El abecé de la lectura en pantalla
7.3. Adaptación de texto a formato web
7.4. El titular en contenidos digitales

### Tema 8. Escritura hipertextual y multimedia

8.1. Introducción
8.2. La hipertextualidad en la redacción digital
8.3. Formatos multimedia

### Tema 9. Géneros ciber periodísticos

9.1. Introducción
9.2. Definición
9.3. Géneros informativos
9.4. Géneros interpretativos
9.5. Géneros de opinión

### Tema 10. Aspectos legales en Internet

10.1. Introducción
10.2. Responsabilidad jurídica en Internet
10.3. Gestión de la reputación en línea
10.4. Compartir contenidos en Internet

## Asignatura 33

### Fotoperiodismo

### Tema 1. Una historia de la fotografía en la prensa

1.1. Introducción
1.2. Origen de la imagen en la prensa
1.3. Aparición y desarrollo del apoyo iconográfico
1.4. La fotografía en el periodismo sensacionalista
1.5. La fotografía en la prensa
1.5.1. Primeras fotografías en prensa
1.5.2. La fotografía en la prensa de finales del siglo XIX
1.5.3. La fotografía en la prensa de finales del siglo XX
1.5.4. La fotografía de prensa en la guerra
1.5.5. Fotoperiodismo en el siglo XXI

### Tema 2. Las agencias internacionales de prensa

2.1. Introducción
2.2. Nacimiento de las agencias de prensa
2.2.1. Situación actual
2.3. Agencias de prensa importantes
2.3.1. AP
2.3.2. EFE

### Tema 3. De la fotografía analógica a la digital

3.1. Introducción
3.2. Fotografía analógica
3.2.1. Historia
3.3. Fotografía digital
3.3.1. Historia

### Tema 4. Fotoperiodismo

4.1. Introducción
4.2. Orígenes del fotoperiodismo
4.3. Fotoperiodismo actual
4.4. La guerra y el fotoperiodismo

### Tema 5. La fotografía en el mundo

5.1. Introducción
5.2. Fotografía por países
5.3. La evolución de la fotografía

### Tema 6. La edición gráfica

6.1. Introducción
6.2. El editor gráfico
6.3. El proceso de selección de imágenes

### Tema 7. Las leyes del fotoperiodismo

7.1. Introducción
7.2. Principios de la foto informativa
7.3. Leyes del fotoperiodismo

### Tema 8. La especialización icónica en periodismo

8.1. Introducción
8.2. Periodismo especulativo
8.3. Periodismo interpretativo
8.4. La imagen mediática
8.5. El factor icónico de la comunicación
8.6. Análisis de la información icónica

### Tema 9. La manipulación fotográfica

9.1. Introducción
9.2. Técnicas de manipulación de imágenes en medios analógicos
9.3. Técnicas de manipulación de imágenes en medios digitales
9.4. Impacto cultural y aspectos éticos

### Tema 10. Los límites constitucionales de la información gráfica

10.1. Introducción
10.2. El informador gráfico
10.3. El derecho a la imagen
10.3.1. Jurisprudencia sobre el derecho a la imagen
10.3.2. Consentimiento para la obtención reproducción y publicación del derecho a la imagen
10.4. Imagen gráfica y propiedad intelectual

## Asignatura 34

### Infografía

### Tema 1. Infografía

1.1. Introducción
1.2. Actualidad
1.3. Concepto de infografía
1.3.1. Definiciones
1.4. Del diseño de la información a la infografía
1.5. Visualización analítica y sociedad de la información

### Tema 2. La visualización de la información en la historia (I): Imagen, comunicación e información

2.1. Introducción
2.2. Conceptos
2.2.1. Imagen
2.2.2. Comunicación
2.2.3. Información
2.3. Cartografía y estadística
2.4. Ilustración científica

### Tema 3. La visualización de la información en la historia (II): periodismo gráfico

3.1. Introducción
3.2. Infografía en prensa
3.2.1. Historia
3.3. Periodismo de precisión y visualización analítica

### Tema 4. Funciones de la infografía

4.1. Introducción
4.2. Funciones de la infografía
4.3. Papel de la infografía en el periodismo
4.4. ¿Qué es lo que el diseñador pretende que haga con el gráfico?

### Tema 5. Tipos, aplicaciones y usos de la infografía

5.1. Introducción
5.2. Metodología
5.3. Los infográficos periodísticos
5.3.1. Tipos de infografías
5.3.2. Boom de la infografía en prensa
5.3.3. La estaticidad
5.3.4 Los infográficos audiovisuales
5.3.5. El gráfico interactivo

### Tema 6. La imagen en el periodismo

6.1. Introducción
6.2. La imagen
6.3. Los niveles de iconicidad
6.4. La imagen en el periodismo
6.4.1 Historia
6.5. El código deontológico periodístico

### Tema 7. Visualización interactiva (I): principios esenciales

7.1. Introducción
7.2. Principios esenciales del diseño de interacción
7.3. La gran transición: la infografía como herramientas

### Tema 8. Visualización interactiva (II): tipos de interacción

8.1. Introducción
8.2. Tipos de interacción
8.3. Navegación y escenas
8.4. Multimedialidad

### Tema 9. Agencias y departamentos de infografía

9.1. Introducción
9.2. La estructura de la sección de gráficos
9.3. El proceso de trabajo

### Tema 10. Conclusiones y tendencias en el futuro cercano

10.1. Introducción
10.2. Tendencias de la infografía
10.3. Conclusiones

## Asignatura 35

### 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. Lobbies

8.1. Introducción
8.2. Definición
8.3. Los lobbies 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 36

### Creación y gestión de empresas en el entorno digital

**Tema 1. Entorno económico global**

1.1. Fundamentos d e la economía global
1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
1.3. Emprendimiento y nuevos mercados

**Tema 2. Finanzas corporativas**

2.1. Política financiera y crecimiento
2.2. Métodos de valoración de empresas
2.3. Estructura de capital y apalancamiento financiero

**Tema 3. Análisis económico de decisiones**

3.1. Control Presupuestario
3.2. Análisis de la competencia
3.3. Análisis comparativo
3.4. Toma de decisiones
3.5. La inversión o desinversión empresarial

**Tema 4. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa**

4.1. Evolución del modelo de Tecnologías de Información
4.2. Organización y Departamento de Tecnologías de Información
4.3. Tecnologías de la información y entorno económico

**Tema 5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica**

5.1. Creación de valor para clientes y accionistas
5.2. Decisiones estratégicas de SI (Sistemas de Información) /TI (Tecnologías de Información)
5.3. Estrategia corporativa vs estrategia tecnológica y digital

**Tema 6. Sistemas de información para la toma de decisiones**

6.1. Inteligencia de negocios
6.2. Infraestructura
6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral

**Tema 7. Estrategia digital**

7.1. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
7.2. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
7.3. Estrategia e internet

**Tema 8. Modelos de negocio basados en internet**

8.1. Análisis de empresas establecidas en el sector tecnológico
8.2. Sistemas de generación de modelos de negocio
8.3. Análisis de modelos de negocio innovadores en sectores tradicionales
8.4. Análisis de modelos de negocio innovadores en Internet

**Tema 9. Sistemas de empresa basados en la colaboración**

9.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM
9.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
9.3. Sistemas de comercio electrónico

**Tema 10. Negocios sociales**

10.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
10.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias Tecnología de Información y Comunicación
10.3. Cómo rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales
10.4. Movilidad y el negocio digital

## Asignatura 37

### Empresa informativa

**Tema 1. Concepto y evolución de la empresa informativa**

1.1. ¿Qué es la empresa informativa?
1.2. Características de la empresa periodística
1.3. Tipos de empresa informativa

**Tema 2. Organización de la empresa informativa**

2.1. Introducción
2.2. Qué es organizar una empresa
2.3. Cómo se estructura una empresa informativa
2.4. Modelos de estructuras organizativas

**Tema 3. Estructura multimedia de la empresa informativa**

3.1. Introducción
3.2. Estructura multimedia de la empresa informativa
3.3. De la empresa informativa al conglomerado multimedia
3.4. La concentración de medios: causas y consecuencias
3.5. Grandes grupos de comunicación

**Tema 4. Comercialización del producto de la empresa informativa**

4.1. Introducción
4.2. Características de la comercialización en la empresa informativa
4.3. Comercialización según canal de distribución
4.4. Comercialización en la empresa digital

**Tema 5. Ingresos y gastos en la empresa informativa**

5.1. Introducción
5.2. La empresa informativa en el entorno económico
5.3. Ciclo de producción en la empresa informativa
5.4. Estructura económica de la empresa informativa

**Tema 6. El plan de empresa informativa**

6.1. Introducción
6.2. Circunstancias del emprendimiento y el autoempleo en el mercado informativo
6.3. La creación de una empresa informativa
6.4. El plan de empresa informativa
6.5. Posibilidades mercantiles de la empresa informativa

**Tema 7. Mercadotecnia informativa y planificación estratégica**

7.1. Introducción
7.2. ¿Qué es la mercadotecnia?
7.3. La mercadotecnia operativa
7.4. Las 4 P's de la mercadotecnia

**Tema 8. Distribución y promoción del producto informativo**

8.1. Introducción
8.2. La distribución
8.3. Promoción de los productos informativos: la promoción de ventas y la promoción de publicidad

**Tema 9. Difusión informativa y audiencias**

9.1. Introducción
9.2. Qué entendemos por difusión informativa
9.3. Para qué sirve la difusión informativa
9.4. Indicadores de difusión y audiencia

**Tema 10. Los recursos humanos y la dirección empresarial**

10.1. Introducción
10.2. La responsabilidad de la empresa informativa en la gestión de personal
10.3. La motivación laboral
10.4. La dirección de la empresa informativa

## Asignatura 38

### Derecho de las telecomunicaciones

#### Tema 1. Historia de las telecomunicaciones y el Derecho de las Telecomunicaciones

1.1. Antecedentes Históricos Internacionales
1.2. Antecedentes Históricos Nacionales
1.3. Naturaleza jurídica de las telecomunicaciones
1.4. Clasificación de las telecomunicaciones

#### Tema 2. El derecho de las telecomunicaciones y La Radiodifusión en México

2.1. Fuentes del Derecho de las Telecomunicaciones
2.2. Concepto
2.3. Fundamentos Constitucionales de las Telecomunicaciones
2.3.1. Artículos 3, 6, 7, 27 y 28 de la CPEUM
2.4. Principios Rectores y Atribuciones de la radiodifusión
2.5. Órganos de Dirección y Administración
2.6. Consejo Ciudadano
2.7. Órgano de Vigilancia y Control
2.7.1. Procedimientos y resoluciones

#### Tema 3. Conceptos básicos, legislación reglamentaria y Autoridades

3.1. Conceptos básicos
3.1.1. Dominio Originario del Espectro Radioeléctrico
3.1.2. Sujetos Obligados
3.1.3. Tecnicismos Jurídicos
3.1.4. Radiocomunicación, Radiodifusión y Telecomunicaciones
3.1.5. Valor Mínimo de Referencia
3.2. Legislación reglamentaria
3.2.1. La Ley General de Bienes Nacionales
3.2.2. La Ley de Vías Generales de Comunicación
3.2.3. La Ley Federal de Protección al Consumidor
3.2.4. El Código Civil Federal
3.2.5. Ley Federal de Competencia Económica
3.3. Autoridades
3.3.1. Secretaría de Comunicaciones y Transportes
3.3.2. Instituto Federal de Telecomunicaciones
3.3.3. Unión Internacional de Telecomunicaciones
3.3.4. Registro Público de Telecomunicaciones y Registro Público de Concesiones

#### Tema 4. Marco internacional del Derecho de las Telecomunicaciones

4.1. Comisión Interamericana de Telecomunicaciones
4.2. Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite
4.3. Unión Internacional de las Telecomunicaciones
4.4. Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones
4.5. Organización Internacional de las Comunicaciones Móviles por Satélite

#### Tema 5. Administración y aprovechamiento de las Bandas de Frecuencias

5.1. Cuadro Nacional de Atribución de Frecuencias
5.2. Programa Anual de Uso y Aprovechamiento de Bandas de Frecuencia
5.3. Régimen de Concesiones
5.3.1. Concesión Única
5.3.2. Concesiones para uso Comercial o Privado
5.3.3. Concesiones para uso Público o Social
5.3.4. Concesiones para uso Público y uso Social
5.3.5. Concesiones para la Ocupación y Explotación de Recursos Orbitales
5.4. Arrendamiento del Espectro Radioeléctrico
5.5. Cesión de Derechos, Control Accionario y Prórroga de las Concesiones
5.6. Terminación de las Concesiones y la Requisa

#### Tema 6. Acceso e Infraestructura de las Redes de Telecomunicación

6.1. Acceso e Interconexión Instalación, Operación y Denominación en los Servicios de Telecomunicaciones
6.3. Infraestructura
6.4. Redes Públicas
6.5. Neutralidad
6.6. Sistema Nacional de Información de Infraestructura
6.6.1. Infraestructura Activa
6.6.2. Infraestructura Pasiva
6.6.3. Sitios Públicos y Privados

#### Tema 7. Comunicación por Satélite

7.1. Comunicación por Satélite
7.2. Servicio de Radiodifusión, Televisión y Audio Restringidos
7.3. Multiprogramación
7.4. Retransmisión

#### Tema 8. Cooperación con el Sistema de Seguridad-Justicia y de Derechos de los Usuarios

8.1. Obligaciones de los Concesionarios
8.2. Derechos de los Usuarios
8.3. PROFECO
8.4. Contenido audiovisual y publicidad
8.5. Autoridades
8.6. Libertad de expresión y Limitantes por tratarse de menores de edad
8.7. Reglas de uso comercial de radiodifusión
8.8. Reglas para concesionarios de televisión y audio restringidos
8.9. Producción Nacional y Nacional Independiente
8.10. Tiempos del Estado, Boletines y Cadenas Nacionales

#### Tema 9. Sanciones y Medios de Impugnación

9.1. Sanciones
9.1.1. Sanciones en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión
9.1.2. Sanciones en materia de Contenidos Audiovisuales
9.2. Juicio de Amparo Indirecto
9.2.1. Jueces y Tribunales especializados

#### Tema 10. Competencia Económica en materia de Telecomunicaciones

10.1. Instituto Federal de Telecomunicaciones y la Comisión Federal de Competencia Económica
10.2. Integración y atribuciones de la Autoridad Investigadora del IFT
10.3. Antimonopolio en el sector de las Telecomunicaciones y la radiodifusión
10.4. Procedimiento por Prácticas Monopólicas
10.5. Determinación del Mercado Relevante y del Agente Económico con Poder Sustancial
10.6. Resoluciones y Sanciones
10.7. Preponderancia
10.8. Competencia y Poder Sustancial del Mercado
10.9. Propiedad Cruzada

## Asignatura 39

### Historia del cine

#### Tema 1. El cine de los pioneros

1.1. Introducción
1.2. Las primeras historias
1.2.1 Inventos
1.3. Guerra de patentes en Estados Unidos
1.4. El cine estadounidense
1.5. El cine europeo
1.5.1. Cine italiano
1.5.2. Cine francés
1.5.3. Cine ruso
1.5.4. Cine español
1.5.5. Cine nórdico
1.6. Otros países
1.7. El cine y su público

#### Tema 2. Entre el arte y la industria

2.1. Introducción
2.2. Entre el arte y la industria (1920-1927)
2.2.1. El cine estadounidense
2.2.2. El cine europeo
2.2.3. Cine y vanguardia artística
2.3. Elementos de las piezas interpretativas
2.3.1. Crónicas
2.3.2. Reportajes
2.3.3. Entrevistas
2.4. El cine mudo
2.5. El cine sonoro
2.6. Avances tecnológicos
2.6.1. Comercialización y distribución
2.6.2. La implantación del sonido en el mundo

#### Tema 3. La década de los años 30

3.1. Introducción
3.2. La década de los 30 en Estados Unidos
3.2.1. Cine estadounidense
3.2.2. Consolidación de los géneros cinematográficos
3.3. La década de los 30 en el mundo
3.4. El cine en la Segunda Guerra Mundial

#### Tema 4. El cine norteamericano

4.1. Introducción
4.2. La industria del cine norteamericana desde 1945 a 1959
4.3. El cine norteamericano de la década de los 60
4.4. Inicios del nuevo cine de autor en Hollywood
4.5. La década de los 80 en los Estados Unidos

#### Tema 5. El cine europeo

5.1. Introducción
5.2. El cine en Europa, Latinoamérica y Asia (1940-1959)
5.3. Los años 60 en el mundo: nuevos cines
5.4. El cine en Europa

#### Tema 6. El cine español

6.1. Introducción
6.2. La década de los 40 y 50 en España
6.3. La década de los 60 en España
6.4. La década de los 70 en España
6.5. La década de los 80 en España
6.6. La década de los 90 en España
6.7. El cine en España (1990-2010)
6.8. Figuras del cine español

#### Tema 7. El cine latinoamericano y asiático

7.1. Introducción
7.2. El cine de los países no europeos
7.3. El cine en Latinoamérica
7.3.1. Chile
7.3.2. Argentina
7.3.3. México
7.3.4. Brasil
7.3.5. México
7.4. Asia
7.5. Japón
7.6. China
7.7. India

#### Tema 8. Tendencias actuales: Estados Unidos

8.1. Introducción
8.2. La revolución tecnológica
8.3. Los géneros cinematográficos después de la caída del muro
8.4. El cine de las compañías independientes
8.5. La atracción de Hollywood de los nuevos talentos

#### Tema 9. Tendencias actuales del cine en Europa

9.1. Introducción
9.2. Europa
9.2.1. Reino Unido
9.2.2. Francia
9.2.3. Italia
9.2.4. Países nórdicos

#### Tema 10. Tendencias actuales del cine en Latinoamérica y Asia

10.1. Introducción
10.2. Iberoamérica
10.2.1. Chile
10.2.2. Argentina
10.2.3. Brasil
10.2.4. México
10.2.5. Venezuela
10.3. Asia
10.3.1. Japón
10.3.2. China
10.3.3. Corea del Sur
10.3.4. Irán
10.3.5. India

## Asignatura 40

### Deontología periodística

#### Tema 1. Nociones básicas sobre Ética

1.1. Introducción
1.2. Definición de ética
1.3. El método y la ramificación de la ética
1.4. El sentido y el criterio ético
1.5. La conducta y la actitud humana
1.6. Los actos volitivos y no volitivos

#### Tema 2. La responsabilidad social del periodista

2.1. Introducción
2.2. Una profesión al servicio de los derechos humanos
2.3. Proceso de producción y difusión de información
2.4. Realidad social y realidad mediática
2.5. Procesos de multiplicación y procesos de silenciamiento
2.6. Opinión pública: ¿Quién decide cómo pensar?

#### Tema 3. Naturaleza ética del periodismo

3.1. Introducción
3.2. La falacia del objetivismo
3.3. Necesidad de una visión ética del periodismo
3.4. El sentido personalista: fundamento de la acción informativa
3.5. Naturaleza prudencial del periodismo
3.6. Decálogo del buen periodismo

#### Tema 4. La capacidad moral e intelectual del profesional

4.1. Introducción
4.2. La preparación intelectual y profesional relacionada con la visión del mundo
4.3. La sensibilidad para la verdad informativa
4.4. La creatividad informativa

#### Tema 5. La profesión y los deberes del periodista

5.1. Introducción
5.2. El sensacionalismo
5.3. La ocultación, la omisión y el plagio

**Tema 6. Autorregulación periodística: principios fundamentales y mecanismos de aplicación**

6.1. Introducción
6.2. Verdad, bien y belleza: más allá de un pacto de mínimos en la autorregulación profesional
6.3. Autocontrol
6.4. Autorregulación
6.5. Funciones y utilidad de la autorregulación profesional

**Tema 7. Ética de la ciudadanía ante la información**

7.1. Introducción
7.2. Una evidencia: la sociedad está mayoritariamente desinformada
7.3. Las seis caras de la desinformación periodística
7.4. La manipulación de masas y el amarillismo de la sociedad
7.5. El gran reto educativo del siglo XXI: la educación del sentido crítico ante los medios

**Tema 8. Habilidades del ejercicio profesional del periodista**

8.1. Introducción
8.2. Los tres niveles del quehacer periodístico: información, análisis y opinión
8.3. Saber, querer, poder: tres condiciones del ejercicio profesional
8.4. Desmontar tópicos

**Tema 9. La manipulación a través del lenguaje**

9.1. Introducción
9.2. Definición
9.3. Quién manipula
9.4. Para qué se manipula
9.5. Cómo se manipula

**Tema 10. Tratamiento periodístico de temas de especial sensibilidad**

10.1. Introducción
10.2. Infancia
10.3. Mujeres
10.4. Discapacidad
10.5. Inmigración
10.6. Terrorismo





*Tendrás todos los conocimientos en tu mano para ser un experto en comunicación adaptado al mundo actual”*

03

# Objetivos y competencias

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades comunicativas de los alumnos, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en el desarrollo profesional en el ámbito periodístico. Así, gracias a todo lo que aprenderán, tendrán acceso a las mejores oportunidades laborales en este sector, de forma que puedan incorporarse a numerosos puestos del área de la comunicación. Asimismo, tendrán la opción de emprender o hacer crecer a sus propias compañías con las nuevas herramientas adquiridas en esta Licenciatura.



*Living success*



*Tus objetivos estarán muy cerca gracias a esta Licenciatura. No pierdas la oportunidad y matricúlate”*

## Objetivos generales

- Dominar todos los ámbitos de la comunicación mediática
- Conocer las diferentes áreas de actuación del periodismo
- Obtener conocimientos especializados de las distintas Tecnologías de la Información y la Comunicación, para aplicarlos en las diferentes tareas profesionales de la actividad periodística
- Generar nuevos modelos y plataformas para el ejercicio profesional del periodismo
- Fomentar e impulsar el análisis de los diferentes contenidos periodísticos especializados
- Impulsar la capacidad de creatividad e innovación para abordar proyectos periodísticos

*"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

- Identificar los principales conceptos y elementos de la comunicación social, analizando sus teorías y enfoques para determinar el comportamiento de los actores comunicativos organizados en la sociedad

### Lengua española

- Conocer 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

### Historia social y política contemporáneas

- Definir y comparará las condiciones antiguas y contemporáneas más relevantes de los escenarios sociales y políticos mundiales
- Reconocer el lugar de la comunicación en sus distintas etapas, contextos y los aportes en cada época

### Introducción al estudio del derecho

- Profundizar en los conceptos básicos y fundamentos planteados en teorías del derecho desde perspectivas en general con el derecho de la persona y sus obligaciones para finalmente identificar su relación con la sociedad y el Estado

## Tecnología y gestión de la información y del conocimiento

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

## Introducción a la economía

- Conocer los fundamentos de la oferta, la demanda y las preferencias del mercado que le permitan tener una visión crítica de la problemática económica nacional e internacional

## Historia de la comunicación social

- Reconocer los fundamentos teóricos de la comunicación social a lo largo del tiempo, concibiendo al hombre como principal actor de la transformación y evolución de la sociedad misma

## Teoría del periodismo

- Identificar los aspectos fundamentales del periodismo, a través de las principales herramientas periodísticas
- Aplicar los instrumentos de redacción y organización, para mejorar las capacidades y habilidades periodísticas

## Comunicación visual

- Describir la evolución de la comunicación visual y desarrollar los conocimientos y habilidades para interpretar el diseño periodístico desde la Teoría de la Imagen

## 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

## Literatura y creación literaria

- Describir la literatura como forma de comunicación a través de la identificación de los elementos, formatos, tipos y fines de los mismos
- Identificar la importancia de la lectura y del discurso literario para
- Desarrollar las competencias de la comunicación y la conjunción en los medios masivos de información

## Introducción a la psicología de la comunicación

- Identificar las bases de la psicología
- Explicar su contribución a los diversos medios de comunicación, para reconocer los procesos psicológicos y afectivos que intervienen en el proceso comunicativo

## Sociología general

- Relacionar los componentes de las sociedades humanas con los procesos por los cuales se organizan y estructuran para integrarlos al desarrolló de su adaptación social, con el propósito de señalar los elementos que influyen en la sociedad en que se encuentran inmersos

## Narrativa audiovisual

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

## Periodismo escrito I

- Describir la importancia del lenguaje escrito para aplicar los elementos gramaticales y características en una buena redacción periodística

## Periodismo escrito II

- Ejemplificar de forma clara y precisa las teorías de interpretación para desarrollar un estilo personal en la producción de textos periodísticos con base en los parámetros establecidos de redacción general

## Documentación informativa

- Comprender 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

## 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

## Teoría de la publicidad

- Explicar las necesidades comunicativas de una organización como medio para persuadir al público interno y externo, aplicando los fundamentos, características, procesos y conocimientos de la publicidad sobre el comportamiento del consumidor

## Estructura de la comunicación

- Integrar los conceptos de la producción de medios de comunicación e información, desde una visión del ámbito profesional para establecer de qué forma influyen los medios de comunicación en la sociedad actual y futuro del periodismo

## Investigación en medios digitales

- Implementar distintos métodos y técnicas para el desarrollo de investigaciones referidas al estudio de procesos comunicativos en los ámbitos sociales y en los medios masivos y digitales de comunicación
- Reconocer los tipos de investigación aplicados según la perspectiva desde la cual se aborda

## 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
- Estudiar el tipo de audiencia y emitiendo mensajes positivos para interpretar los diversos géneros que abordan los programas radiofónicos

## Diseño de publicaciones

- Utilizar los elementos gráficos y de impresión para el diseño de publicaciones entendiendo su relación formal y conceptual en el proceso de comunicación
- Profundizar en el desarrollo de los procesos de carácter metodológico del diseño periodístico

## Comunicación televisiva

- Integrar los conceptos y principios básicos de la comunicación televisiva, comprendiendo su lenguaje, historia y efectos sociales, así como los nuevos medios de la televisión digital y las nuevas tecnologías aplicadas a su producción y reproducción

## Revistas

- Estructurar una revista considerando sus características y formatos, teniendo en cuenta el mercado y el público al que se dirige

## Opinión pública

- Realizar un análisis crítico de la propaganda y el análisis político, a partir del marco teórico de la opinión pública entendiendo la importancia que tiene en los sistemas de comunicación

## Estadística

- Explicar los conceptos básicos de la estadística y la probabilidad para aplicar los distintos métodos de selección, agrupamiento y presentación de datos
- Diseñar y seleccionar muestras identificando los medios, técnicas e instrumentos de registro de información

## Periodismo televisivo

- Adaptar los distintos géneros del periodismo televisivo con una clara comprensión de su organización, redacción y cobertura informativa para los medios de comunicación
- Aportar ideas profesionales para los actuales medios informativos

## Periodismo radiofónico

- Dominar los elementos para la realización de producciones radiofónicas de diversos géneros y formatos que componen la realización radial
- Utilizar el lenguaje periodístico en la redacción de noticias de diversa índole y técnicas de locución radial

## Periodismo deportivo

- Redactar piezas periodísticas del ámbito deportivo conforme a las especificaciones de los distintos géneros informativos (noticia), interpretativos (crónica, entrevista y reportaje) y de opinión (editorial, columna, artículo, etc.)
- Conocer los entresijos de la comunicación en el ámbito deportivo

## Periodismo cultural

- Desarrollar herramientas para la realización del periodismo cultural, estrategias para relatar las historias, tener en cuenta al público que se dirigen, las fuentes documentales, las tendencias actuales y las nuevas tecnologías serán elementos a revisar con este fin

## Periodismo digital y redes sociales

- Gestionar el funcionamiento de las redes sociales, entendiendo las implicaciones socioculturales individuales y colectivas de su uso mediante los nuevos perfiles profesionales, así como sus aplicaciones para la nueva era del periodismo digital

## Fotoperiodismo

- Utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos
- Identificar y utilizar apropiadamente las fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación
- Conocerá los entresijos del fotoperiodismo

## Infografía

- Manejar la tecnología utilizada para captura y tratamiento de imágenes, ilustraciones e infografías
- Hacer llegar a la sociedad el conocimiento, las ideas y los debates de contenido informativo a través de las diferentes modalidades periodísticas y de los diferentes medios de comunicación

## Comunicación institucional

- Esquematizar la importancia, presencia e interacción de la comunicación en el fortalecimiento de las instituciones sociales, implementando la ética, cultura y valores del fenómeno comunicativo dentro de la organización

## Creación y gestión de empresas en el entorno digital

- Participar activamente en el desarrollo de modelos de negocios digitales
- Plantear las mejores estrategias y metodologías, tomando en cuenta los aspectos legales para emprendedores y las bases de mercadotecnia digital

## Empresa informativa

- Analizar la evolución, organización y estructura de la empresa informativa
- Contribuir al desarrollo de las destrezas gerenciales mediante el adecuado manejo de las técnicas que ofrece el marketing informativo y la planificación estratégica

## Derecho de las telecomunicaciones

- Analizar los aspectos constitucionales sobre los sistemas de transmisión y recepción de datos, para su aplicación en las redes de telecomunicaciones con la finalidad de interpretar las leyes relativas al área de estudio, teniendo claridad de los derechos y limitaciones

## Historia del cine

- Identificar los principales movimientos artísticos y tendencias estéticas vinculados al arte contemporáneo
- Analizar críticamente las aportaciones cinematográficas y su relación con el marco socio-político

## Deontología periodística

- Integrar los aspectos éticos y de responsabilidad social que rigen los medios masivos de comunicación a través del conocimiento pleno del sentido y el saber ético, la capacidad moral e intelectual y los valores inherentes al ejercicio de su profesión





## Competencias

- Comprender e interpretar la realidad, en base a habilidades y procedimientos racionales y críticos
- Realizar un adecuado manejo de fuentes y tratamiento y gestión de la información
- Entender los medios audiovisuales y escritos para poder ofrecer las mejores estrategias comunicativas, según cada caso
- Poder ejercer profesionalmente en cualquier ámbito de la comunicación
- Redactar todo tipo de textos periodísticos
- Dominar el ámbito televisivo y radiofónico
- Comunicar con eficacia cualquier tipo de información desde el punto de vista mediático
- Adaptarse a cualquier ámbito profesional relacionado con el periodismo
- Conocer el ámbito digital y todas sus posibilidades profesionales

04

# ¿Por qué nuestro programa?

Realizar esta Licenciatura en Periodismo de TECH supone una gran oportunidad para los alumnos de acceder a las mejores oportunidades profesionales gracias a los conocimientos de alto nivel que serán capaces de aprender. Así, esta titulación prepara a sus estudiantes para convertirse en auténticos expertos con los que toda empresa de comunicación querrá contar gracias a la cantidad de áreas que dominarán y a su capacidad de adaptación a cualquier medio y circunstancia.






*Esta institución académica te ofrece un cuadro docente único, el material más actualizado del mercado y una metodología de última generación”*

Esta Licenciatura aportará muchas ventajas personales y laborales. Entre ellas destacan las siguientes:

01

## Misión del programa

La Licenciatura en Periodismo tiene como misión crear a profesionales con un perfil integral que sean capaces de adaptarse a cualquier tipo de puesto en el ámbito de la comunicación, sector que está en constante transformación

02

## El mejor plan de estudios

Esta Licenciatura en Periodismo ha sido diseñada para convertir en periodistas de élite a sus alumnos, por lo que supone una gran oportunidad para ejercer en la profesión con eficacia

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

## Adaptarse al ámbito digital

El mundo digital lo domina todo actualmente. Y la comunicación forma parte esencial de él, por lo que esta Licenciatura prepara a sus alumnos para moverse en ese entorno con facilidad, gracias a las herramientas enfocadas a la digitalización que les aportará

05

## Prepararse para el futuro

El periodismo está en constante cambio. Por esa razón, esta titulación no se limita a enseñar los conocimientos del presente, sino que también se centra en el futuro, para que sus alumnos puedan desempeñarse sin problemas ante los nuevos retos profesionales que se les planteará

*Este programa de permitirá, además de obtener unos conocimientos profundos en Periodismo, incrementar tus habilidades de comunicación y liderazgo.*

06

## Acceder al mundo académico

El mundo académico puede abrir múltiples puertas a los alumnos, puesto que es un ámbito que en ocasiones se infravalora, pero que da acceso a una gran cantidad de expertos y al entorno de la investigación

07

## Estancias interuniversitarias

Gracias a los convenios interuniversitarios de TECH Universidad Tecnológica podrá ofrecerle al estudiante intercambio estudiantil en universidades extranjeras

08

## Excellence Pack de TECH

Durante el curso de la Licenciatura TECH ofrece el estudio de idiomas de forma gratuita, y cuando termine el programa le regalará un posgrado por haber finalizado con éxito la carrera

09

## Desarrolla las profesiones del futuro

Las aptitudes desarrolladas en esta Licenciatura harán que los alumnos puedan explorar todas las posibilidades de la comunicación, pudiendo alumbrar nuevas profesiones y puestos específicos en este entorno, gracias a las posibilidades que el ámbito digital ofrece

10

## Formar parte de una comunidad exclusiva

Los alumnos podrán formar parte de una comunidad digital de profesionales de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH

*Aprende idiomas y manéjate con éxito en el entorno internacional.*

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 (MCER).

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 MCER 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 MCER. 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 MCER, 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

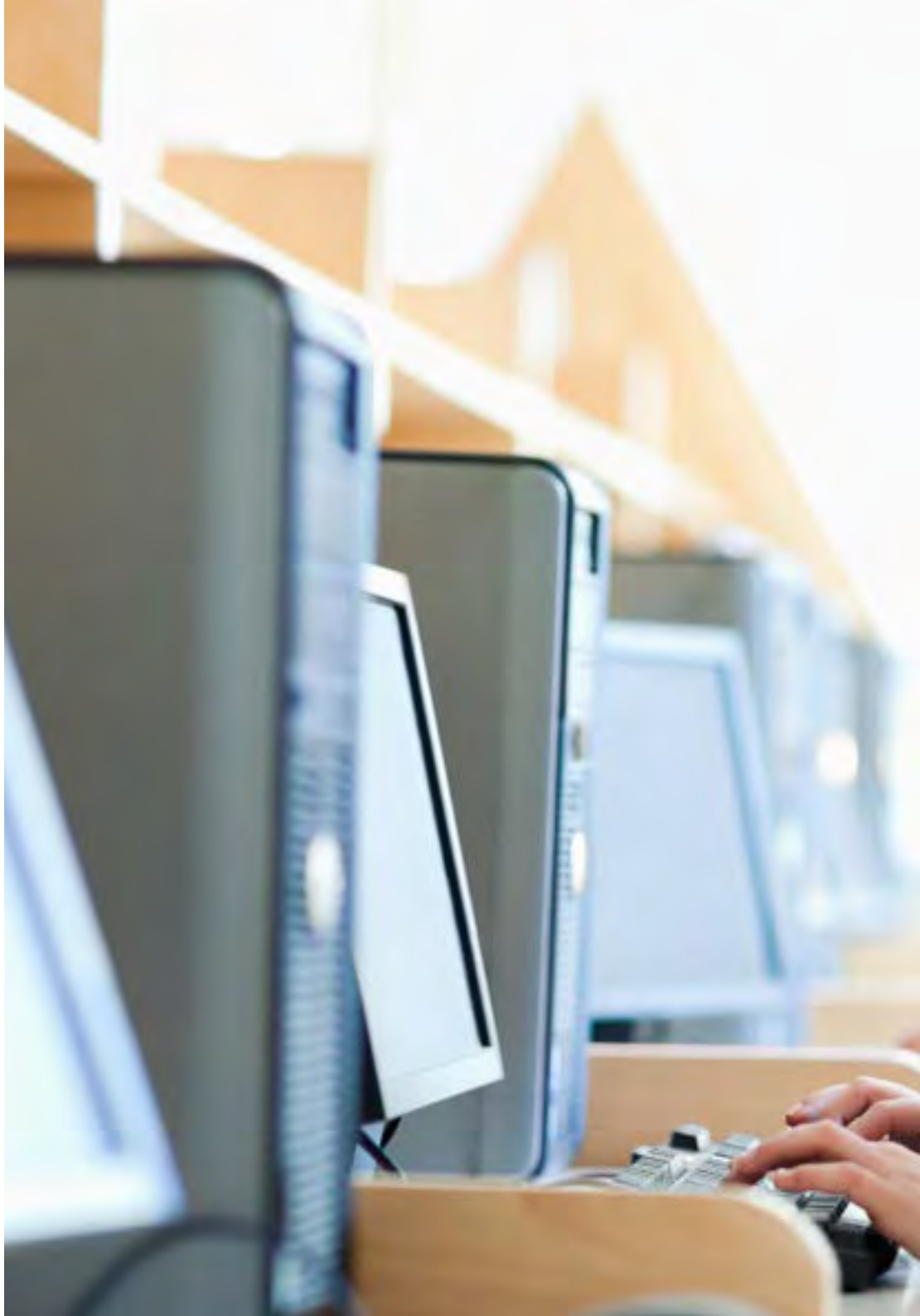
Los Másteres Propios de TECH Universidad Tecnológica, son programas de perfeccionamiento de posgrado con reconocimiento propio de la universidad a nivel internacional, de un año de duración y 1500 horas de reconocimiento. Su nivel de calidad es igual o mayor al de Maestría Oficial y permiten alcanzar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

- 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

Los alumnos egresados de esta Licenciatura en Periodismo serán profesionales con una gran cantidad y variedad de conocimientos y recursos que les harán ajustarse a todo tipo de puestos, empresas y circunstancias. Así, los estudiantes, al finalizar la titulación, serán personas con una gran capacidad de adaptación para poder aplicar todas sus habilidades en ámbitos como el periodismo tradicional o la comunicación digital. Por tanto, se tratará de periodistas que disfrutan de numerosas oportunidades gracias a su talento para realizar cualquier labor dentro de este sector.



Upgrading...



*Serás un periodista de alto nivel cuando finalices esta Licenciatura"*

## Perfil profesional

Esta Licenciatura está dirigida a estudiantes que quieran hacerse un hueco en el complejo y apasionante mundo ámbito del periodismo y la comunicación, por lo que les prepara para dedicarse a estas disciplinas aportándoles competencias y habilidades profesionales específicas.

Así, el egresado en periodismo de TECH es un profesional competente y hábil para trabajar, de manera responsable, en diferentes áreas del ámbito periodístico como el reporterismo, la locución en radio o el *community management*. Las capacitaciones que desarrolle durante la realización de esta Licenciatura le permitirán desenvolverse con soltura en el desempeño de su profesión, logrando unos altos niveles de exigencia.

## Perfil investigativo

El egresado en la Licenciatura en Periodismo tendrá la capacidad de planificar, dirigir, gestionar y mejorar los procesos de pensamiento crítico, análisis de situaciones y elaboración de respuestas eficientes innovadoras, ajustadas y precisas. A su vez, adquirirá competencias para comprender e interpretar los problemas cardinales de su profesión, relacionados con el fomento del pensamiento crítico y adaptación a nuevos entornos y exigencias profesionales.

*El apasionante mundo del Periodismo te espera"*







## Perfil ocupacional y campo de acción

Tras el logro de los objetivos de enseñanza planteados en este programa, el egresado en la Licenciatura en Periodismo tendrá la capacidad de planificar, dirigir, gestionar y mejorar los procesos de pensamiento crítico, análisis de situaciones y elaboración de respuestas eficientes innovadoras, ajustadas y precisas.

Por tanto, el egresado de TECH en Periodismo tras finalizar sus estudios, estará preparado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo:

- Periodista
- Periodista *transmedia*
- Periodista cultural
- Periodista de datos
- Periodista deportivo
- Reportero
- Locutor de radio y televisión
- Redactor
- Director de comunicación
- Miembro de un gabinete de comunicación
- *Community manager*
- Presentador de programas televisivos y radiofónicos
- Investigador en comunicación
- *Copywriter*
- Editor de contenidos
- Director de un medio de comunicación
- Asesor de comunicación política
- Comunicación institucional

08

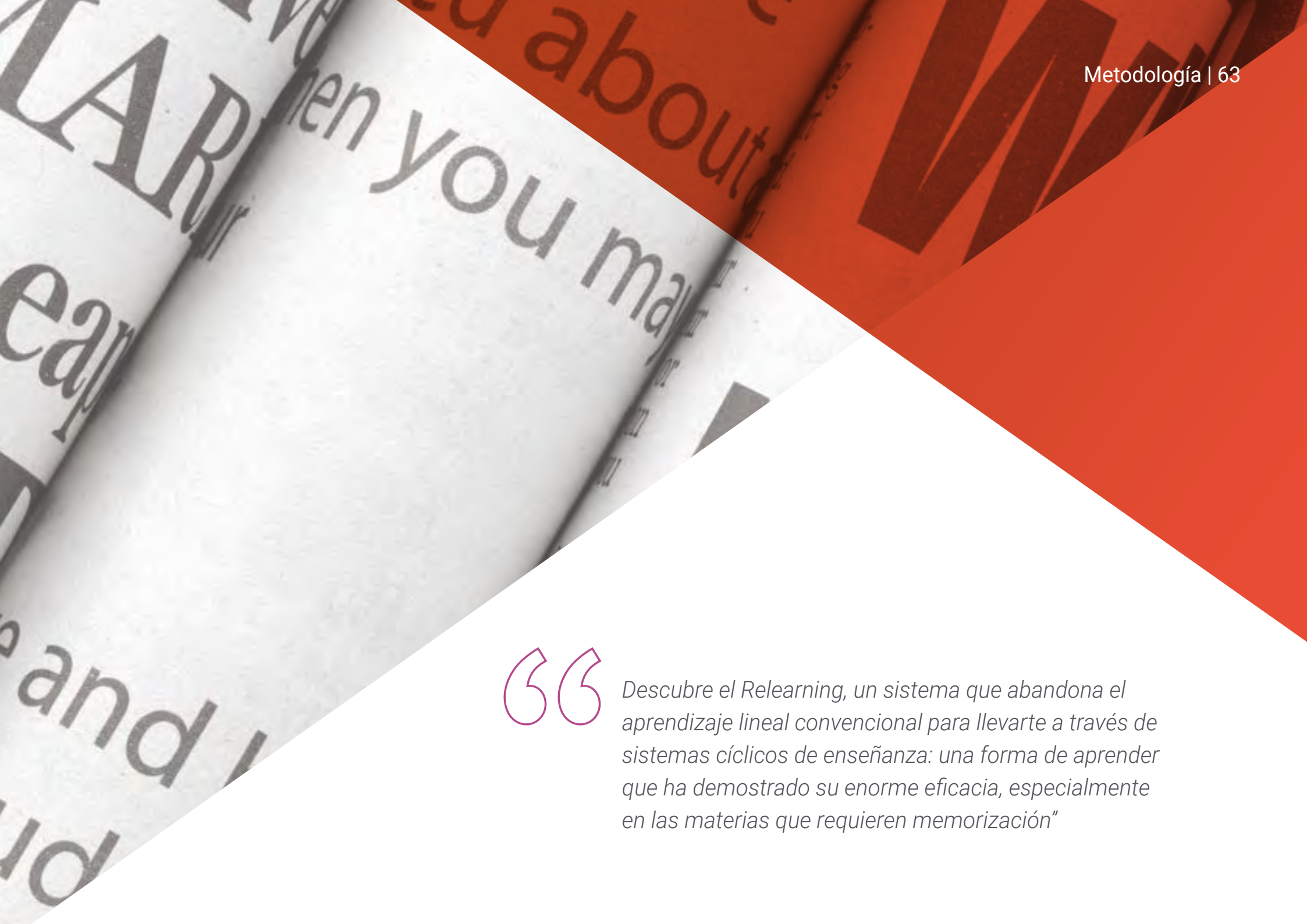
# Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***



*Excelencia.*
*Flexibilidad.*
*Vanguardia.*



*Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"*

## En TECH empleamos el Método del Caso

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar 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 intensivo de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad Tecnológica te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso, en TECH utilizarás los *case studies* de Harvard, con la cual tenemos un acuerdo estratégico, que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

> *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 debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus 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 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

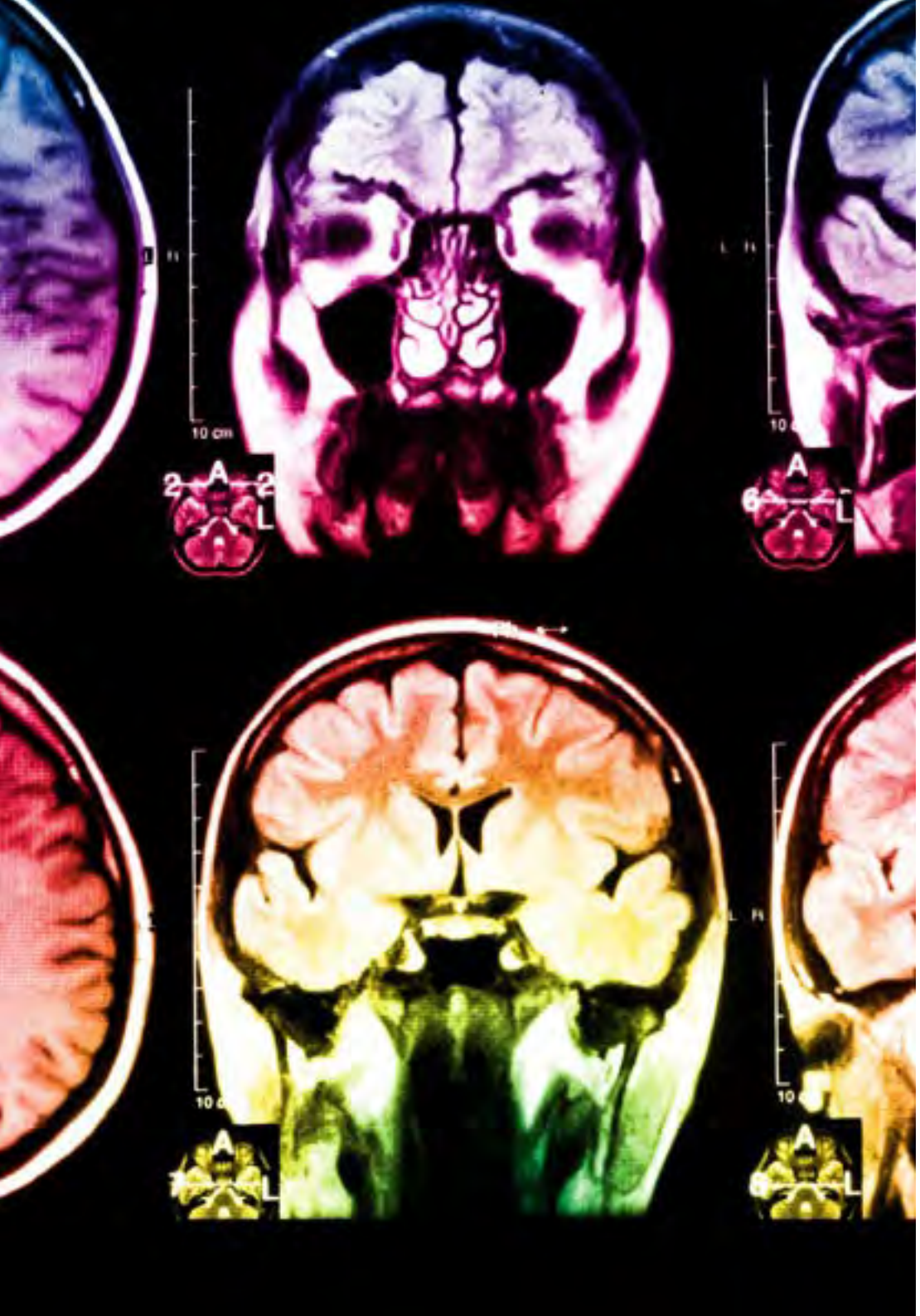
Potenciamos los *case studies* de Harvard con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

En TECH se aprende 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, conseguimos 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 (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado 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 filosofía, 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 y 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.

**Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:**

### 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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

### Clases magistrales

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

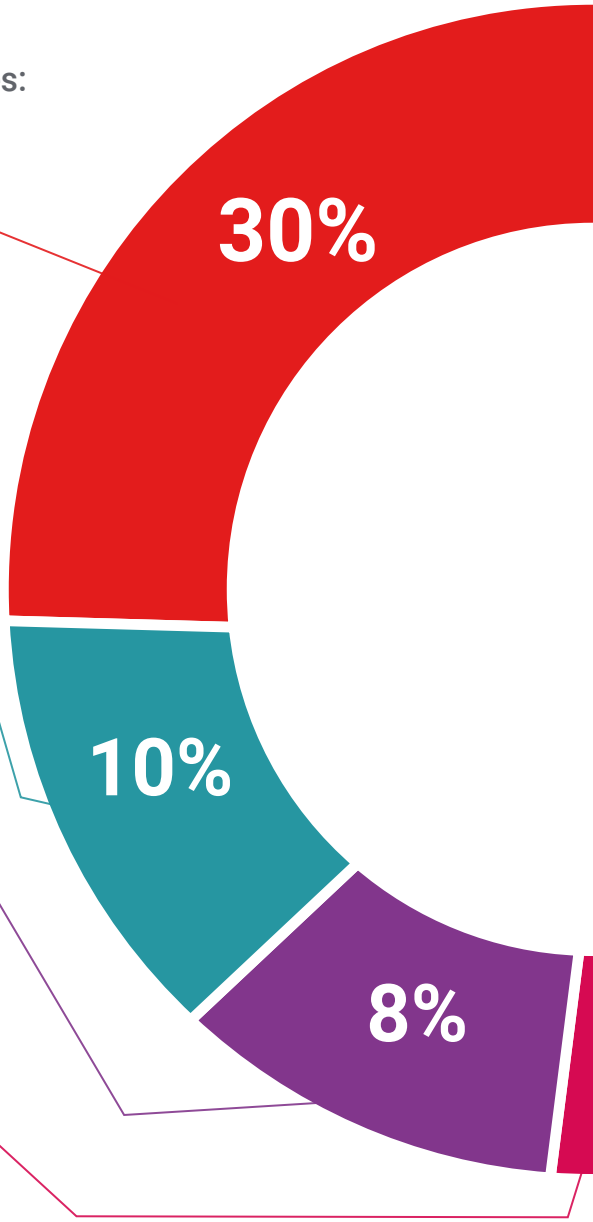
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

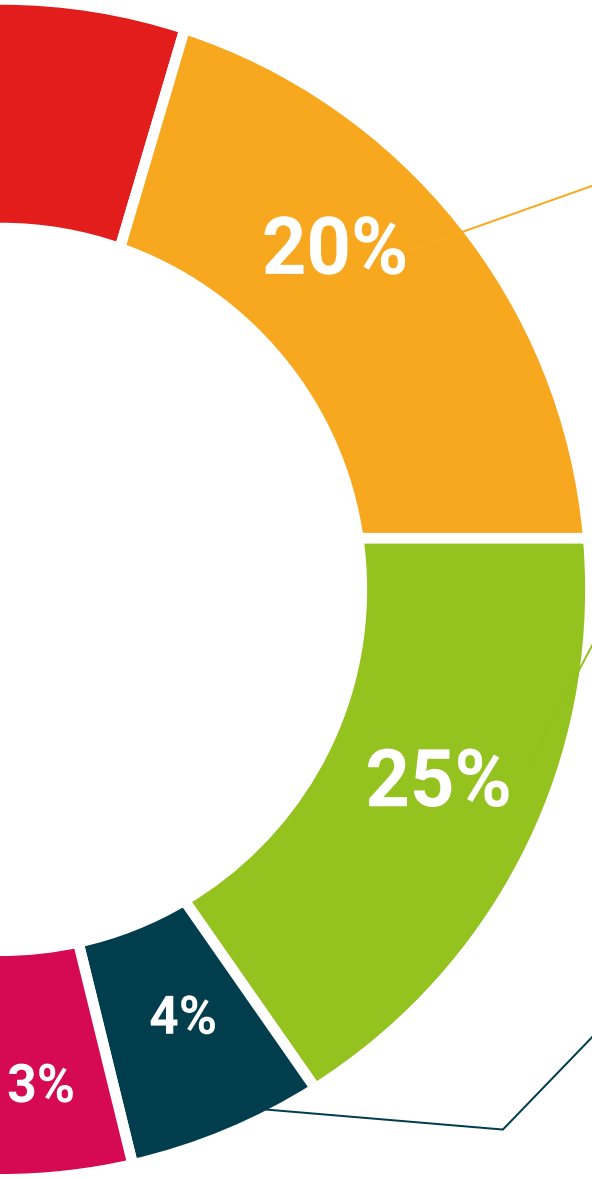
### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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 y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.






### Case studies

Completarán 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

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

### Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

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 Periodismo 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 Periodismo, 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 Periodismo con la universidad digital más reputada del país”*

Este programa te permite alcanzar la titulación de **Licenciatura en Periodismo**, 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 **20/03/2020** y número de acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE): **20220083.**

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:***

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.

Título: **Licenciatura en Periodismo**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Nº de RVOE: **20220083**

Fecha acuerdo RVOE: **20/03/2020**

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"*


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

Periodismo

Con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública, según Acuerdo Nº. 20220083 en virtud de que demostró cumplir con los estudios correspondientes y aprobó conforme titulación automática el 20 Marzo 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:** 20220083

# Licenciatura
# **Periodismo**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **aprox. 4 años**

Fecha acuerdo RVOE: **20/03/2020**

# Licenciatura
# Periodismo

**Nº de RVOE:** 20220083

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica