Grand Master

Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Grand Master
Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión

Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**
Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/grand-master/grand-master-periodismo-audiovisual-reporterismo-television

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 16

04 Estructura y contenido — pág. 20

05 Metodología — pág. 44

06 Titulación — pág. 52

01

Presentación

Los programas sobre periodismo audiovisual son una de las más demandadas en las universidades de todo el mundo. La especialización en este campo es determinante para quienes deseen desarrollarse en delante y detrás de las cámaras y los micrófonos, tanto en el ámbito de la redacción, locución, investigación o el reporterismo, ya que, en los grados y licenciaturas de Ciencias de la Información, los estudios están más destinados a la parte teórica. Si quieres aumentar tu capacitación en el ámbito del periodismo audiovisual y el reporterismo de televisión, no lo pienses más y únete a nuestra comunidad de alumnos.





La especialización en periodismo audiovisual te permitirá ampliar tu ámbito de actuación y tus oportunidades laborales"

El Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión está enfocado al profesional que desee desarrollarse profesionalmente en la pequeña pantalla, especialmente en el ámbito del reporterismo. Una profesión que requiere de una gran especialización y para la que existe un elevado número de formaciones de postgrado. Sin embargo, ninguna te ofrece lo que te proponemos en TECH, porque somos los únicos que contamos con un Grand Master que se distribuye en dos grandes bloques: por un lado, el periodismo audiovisual y, por otro lado, la investigación periodística y el reporterismo en televisión.

Así, a lo largo de esta especialización, el alumno recorrerá todos los planteamientos actuales en los diferentes retos que su profesión plantea. Un paso de alto nivel que se convertirá en un proceso de mejora, no solo profesional, sino personal. Y para ello, nuestro programa incluye desde el periodismo escrito hasta el proceso de documentación o la narrativa audiovisual. Y, aunque esta especialización está especialmente dedicada al campo de la televisión, con un completísimo temario sobre periodismo y comunicación en televisión, también hay espacio para conocer las particularidades de la radio, el otro gran medio de comunicación audiovisual, o el proceso de investigación en televisión.

Además, no solo te llevaremos a través de los conocimientos teóricos que te ofrecemos, sino que te mostraremos otra manera de estudiar y aprender, más orgánica, más sencilla y eficiente. Trabajaremos para mantenerte motivado y para crear en ti pasión por el aprendizaje. Y te impulsaremos a pensar y a desarrollar el pensamiento crítico.

Este Grand Master está concebido para darte acceso a los conocimientos específicos de esta disciplina de una forma intensiva y práctica. Una apuesta de gran valor para cualquier profesional. Y en un formato 100% online, gracias al cual podrás decidir desde dónde y cuándo estudiar. Sin obligaciones de horarios fijos ni de traslados al aula, lo que facilita la conciliación de la vida familiar y laboral.

Este **Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas del programa son:

- La última tecnología en software de enseñanza online
- El sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- Los sistemas de vídeo interactivo de última generación
- La enseñanza apoyada en la telepráctica
- Los sistemas de actualización y reciclaje permanente
- El aprendizaje autorregulable que te permite una total compatibilidad con otras ocupaciones
- Los ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- Los grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- Los bancos de documentación complementaria disponibles permanentemente

Una especialización de alto nivel, apoyada en un avanzado desarrollo tecnológico y en la experiencia docente de los mejores profesionales”

Una especialización creada para profesionales que aspiran a la excelencia y que te permitirá adquirir nuevas competencias y estrategias de manera fluida y eficaz"

Una inmersión profunda y completa en las estrategias y planteamientos en más novedosos sobre el periodismo audiovisual.

Contamos con la mejor metodología docente y multitud de casos simulados que te ayudarán a prepararte en situaciones reales.

Nuestro personal docente está integrado por profesionales en activo. De esta manera nos aseguramos de ofrecerte el objetivo de actualización educativa que pretendemos. Un cuadro multidisciplinar de profesionales preparados y experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán al servicio de la especialización los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia.

Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en e-learning, este Grand Master integra los últimos avances en tecnología educativa. De esta manera, podrás estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que te darán la operatividad que necesitas en tu especialización.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, usaremos la telepráctica. Con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo y el learning from an expert, podrás adquirir los conocimientos como si estuvieses enfrentándote al supuesto que estás aprendiendo en ese momento. Un concepto que te permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.



02

Objetivos

Nuestro objetivo es preparar profesionales altamente cualificados para la experiencia laboral. Un objetivo que se complementa, además, de manera global, con el impulso de un desarrollo humano que siente las bases de una sociedad mejor. Este objetivo se materializa en conseguir ayudar a los profesionales a acceder a un nivel de competencia y control mucho mayor. Una meta que podrás dar por adquirida con una especialización de alta intensidad y precisión.





Si tu objetivo es mejorar en tu profesión, adquirir una cualificación que te habilite para competir entre los mejores, no busques más: Bienvenido a TECH"

Objetivos generales

- Lograr el conocimiento necesario para escribir y transmitir la información, a través de los diferentes géneros periodísticos, en soporte audiovisual
- Acercarse al periodismo de investigación
- Aprender la metodología de una investigación periodística
- Conocer el periodismo de datos aplicado a la investigación periodística
- Aprender a elaborar el discurso narrativo en un reportaje de investigación
- Ver la manera en la que se investiga en los medios digitales
- Conocer las características de los reportajes televisivos
- Aprender todo lo que concierne al periodismo en televisión
- Definir las formas de producción de reportajes televisivos
- Aprender a ser un reportero de televisión
- Descubrir las nuevas tendencias en investigación en comunicación actuales





Objetivos específicos

Bloque 1. Periodismo audiovisual

- Comunicar e informar en el lenguaje propio del medio de comunicación prensa, mediante el dominio de sus diversos géneros periodísticos
- Adoptar decisiones relacionadas con las tareas informativas, la producción y la edición, que se manifiestan en la búsqueda de la máxima actualidad
- Elaborar publicaciones periódicas tanto en soporte papel como en formato digital
- Redactar piezas periodísticas en tiempo y forma conforme a las especificaciones de los distintos géneros informativos (noticia), interpretativos (crónica, entrevista y reportaje) y de opinión (editorial, columna, artículo, etc.)
- Conocer y analizar los géneros periodísticos
- 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
- Conocer la evolución histórica de los modos y tradiciones periodísticos españoles, europeos e internacionales contemporáneos a partir del análisis e investigación de los mensajes que transmiten y de su impacto social
- Comprender los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo
- Conocer y analizar el concepto de crónica periodística

- Conocer y analizar el concepto de reportaje periodístico
- Identificar los perfiles profesionales del periodista, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional
- Localizar, recuperar y usar la información, así como proporcionar una visión de la situación actual de la documentación en sus distintas facetas
- Documentar los procesos informativos y manejar las nuevas tecnologías relativas al tratamiento de documentos
- Aportar una visión práctica de la labor que desempeña un documentalista en un medio de comunicación
- Dominar los elementos de la sociedad de la información y el conocimiento
- Adoptar decisiones relacionadas con las tareas informativas, la producción y la edición, que se manifiestan en la búsqueda de la máxima actualidad
- Elaborar publicaciones periódicas tanto en soporte papel como en formato digital
- Conocer la tradición y los antecedentes históricos de la tecnología de la comunicación escrita y del diseño periodístico
- Conocer las formas iniciales de la escritura
- Evaluar la idoneidad de nuevas publicaciones periódicas
- Comprender la importancia de la Narrativa Audiovisual en el ámbito comunicativo actual
- Dominar las pautas básicas que rigen la comunicación audiovisual para la elaboración de los distintos géneros de la televisión
- Conocer las particularidades del discurso audiovisual
- Conocer los conceptos fundamentales de la narrativa visual
- Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación
- Conocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva
- Utilizar la comunicación verbal y escrita para transmitir ideas y decisiones con claridad y rigor en la exposición
- Resolver problemas surgidos en el ejercicio profesional
- Analizar el mensaje en televisión
- Saber ubicar la comunicación en el contexto de las restantes ciencias sociales
- Leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario
- Comunicar e informar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicional (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad
- Recuperar, organizar, analizar, jerarquizar y procesar información y comunicación
- Conocer y analizar la organización de la redacción de una televisión
- Utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos
- 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
- Conocer la historia de la radiodifusión en el ámbito nacional e internacional, así como su impacto en la sociedad
- Conocer y comprender la estructura del panorama radiofónico y sus particularidades en el entorno actual
- Dominar las pautas básicas que rigen la comunicación radiofónica para la elaboración de los distintos géneros de la radio
- Conocer los principales hitos de la historia de la radiodifusión

- Comprender la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos, como expresiones de los modos de vida y de las culturas de las sociedades en las que desempeñan su función pública
- Conocer la evolución histórica de los modos y tradiciones periodísticos españoles, europeos e internacionales contemporáneos a partir del análisis e investigación de los mensajes que transmiten y de su impacto social
- Desenvolverse como un profesional de la comunicación con sujeción a las normas jurídicas y deontológicas de la profesión
- Distinguir los elementos que intervienen en la elaboración del mensaje radiofónico
- Distinguir los tipos de programas radiofónicos y su composición
- Conocer la evolución de la información radiofónica
- Comprender la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos, como expresiones de los modos de vida y de las culturas de las sociedades en las que desempeñan su función pública
- Comprender la importancia de Internet en la labor investigadora en el campo de las Ciencias de la Comunicación
- Conocer los nuevos profesionales 20
- Conocer el periodismo digital en sus formatos y contenidos

Bloque 2. Investigación periodística y reporterismo de televisión

- Acercar al alumno el concepto de periodismo de investigación así como hacerle descubrir todo aspecto relacionado con el proceso de investigación periodística
- Conocer la normativa del Periodismo de Investigación, así como la legislación y la ética que conciernen a este tipo de periodismo
- Aproximar al alumno a las fuentes de investigación, indicándole su clasificación y profundizando en la fiabilidad de las mismas a la hora de comenzar una investigación
- Adentrar al alumno en el periodismo de precisión, el periodismo cívico y otras modalidades de profesionalismo periodístico, teniendo en cuenta la transparencia y libertad de acceso a la información
- Familiarizar al alumno en el periodismo de datos, introduciéndolo en la estadística para este tipo de periodismo
- Ofrecer las pautas de narración digital en periodismo, adentrando al alumno en las características principales de la era digital y el entorno mediatizado, así como aportar un acercamiento a los nuevos perfiles periodísticos que surgen de todo este entramado digital
- Conocer la relación existente entre periodismo y redes sociales, así como el impacto social que éstas han tenido en la tradición periodística
- Conocer las nuevas tendencias del periodismo, así como los nuevos perfiles del profesional periodista, haciendo un repaso de la empresa multimedia y su surgimiento
- Establecer la investigación como una forma de ampliar y actualizar los conocimientos en el área de la comunicación
- Acercar al alumno sobre un nuevo concepto de periodismo y el periodismo de datos, atendiendo principalmente a las fuentes de investigación y al tratamiento de los datos obtenidos para el estudio
- Aproximar al alumno a las herramientas digitales para la presentación de los datos
- Mostrar al alumno la metodología y técnicas de investigación en periodismo, teniendo en cuenta el carácter empírico de toda Investigación Social, así como las diferentes etapas que ha de tener todo el proceso de investigación
- Conocer las principales técnicas de investigación cuantitativa para periodismo, así como las Técnicas de Investigación Cualitativa, aprendiendo cuál es su función y cuáles son los principales tipos en ambas técnicas

- Estudiar y conocer la Encuesta como una de las principales Técnicas de Investigación Cuantitativa para las Ciencias Sociales y para el Periodismo, más concretamente Conocer sus características y aplicaciones
- Estudiar y conocer el Cuestionario como otra de las principales Técnicas de Investigación Cuantitativa para la Investigación Periodística, haciendo un repaso por sus principales características y funcionalidades
- Estudiar y conocer la Entrevista en profundidad como una de las principales Técnicas de Investigación Cualitativa
- Estudiar y conocer el Focus Group, otra de las principales Técnicas de Investigación Cualitativa
- Estudiar y conocer la Observación Participante como una de las principales Técnicas de Investigación Cualitativa en Investigación Periodística
- Acercar al alumno a las prácticas de la narrativa periodística, así como hacer una reseña sobre el concepto de la calidad en la profesión, la responsabilidad social que entraña la misma y la influencia de este tipo de narrativa
- Mostrar al alumno el carácter discursivo y textual con el que ha de contar toda narración comunicativa, atendiendo a los tipos de texto y a los diferentes tipos de comunicación
- Hacer mención a las nuevas tendencias de la escritura, atendiendo a los nuevos paradigmas teóricos
- Resaltar la importancia del análisis del discurso como técnica de investigación en Periodismo
- Especificar las características de la redacción periodística en toda investigación
- Puntualizar la importancia de los informes resultantes de una investigación, así como su adecuada redacción, teniendo siempre presentes las nuevas tendencias narrativas digitales
- Acentuar la importancia del lenguaje digital como eje en el Periodismo de Investigación actual, así como la narrativa audiovisual
- Entender el Periodismo de Investigación desde una perspectiva del cambio cultural
- 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
- Contextualizar la industria televisiva Conocer sus características principales, así como la normativa del sector, haciendo un repaso del estudio general de medios
- Conocer la ley general audiovisual, la propiedad intelectual y el derecho de autor en un contexto jurídico de la profesión del reporterismo, atendiendo al marco regulativo del reportaje en televisión
- Estudiar el reportaje en profundidad, las características de este género, así como su tipología y clasificación
- Entender la atribución, la verificación, la imparcialidad, la concisión y el interés humano como algunos de los principales requisitos del reportaje
- Acercar al alumno a la estructura y a los criterios del reportaje de televisión
- Señalar la importancia que tiene el interés humano en el género del reportaje, haciendo hincapié en los temas de interés general
- Consultar los recursos con los que cuenta el reportaje de televisión haciendo un repaso de las nuevas tendencias que presenta este género periodístico
- Entender el carácter ético con el que debe contar la profesión en lo que se refiere al reportaje de televisión
- Asesorar al alumno en el proceso de producción en televisión

- Mostrar los roles de la producción en televisión
- Conocer las técnicas de investigación para realizar reportajes en televisión
- Especificar las fuentes de investigación necesarias con las que ha de contar un periodista a la hora de realizar un reportaje
- Concretar las fases de la elaboración de un reportaje de televisión
- Concretar cómo elaborar el guion para llevar a cabo un reportaje de televisión, así como la entrevista en profundidad, técnica clave a la hora de elaborar un reportaje de televisión
- Conocer de primera mano el equipo de producción de un reportaje de televisión
- Conocer los procesos imprescindibles de grabación, edición y posproducción del reportaje
- Mostrar al alumno las principales características con las que debe contar la redacción periodística, atendiendo a los recursos de la redacción en prensa
- Conocer el manejo de la cámara y la edición del reportaje
- Conocer y practicar las técnicas de presentación y expresión frente a la cámara
- Conocer las técnicas de locución
- Conocer las pautas en preproducción, producción y realización en el mundo del reporterismo, entendiendo las necesidades técnicas y humanas en el proceso de creación del reportaje
- Descubrir el concepto de "fotorreporterismo" y la importancia de la fotografía en el reportaje televisivo
- Mostrar al alumno la notable presencia que muestran los contenidos en las nuevas tendencias que presenta la televisión
- Comprender el proceso de transición que han experimentado los contenidos y la suplantación que ha tenido la audiencia por los consumidores de contenidos, sobre los cuales se hará hincapié
- Comprender la vinculación de la televisión con el campo de la ingeniería digital
- Estudiar el concepto "Big Data" y comprender el profundo proceso de cambio que experimentan las audiencias en el mundo televisivo
- Hacer una introducción al periodismo dron y su implementación en el Periodismo de Investigación
- Puntualizar la importancia del concepto periodismo de las cosas, así como conocer las nuevas plataformas para ver televisión
- Conocer la vinculación de los influencers y su estrategia en redes sociales, así como su vinculación con el ámbito televisivo

Somos la mayor universidad online en habla hispana y queremos ayudarte a mejorar tu fututo"

03

Competencias

Una vez estudiados todos los contenidos y alcanzados los objetivos del Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión, el profesional tendrá una superior competencia y desempeño en esta área. Un planteamiento completísimo, en una especialización de alto nivel, que marca la diferencia.





Acceder a la excelencia en cualquier profesión requiere esfuerzo y constancia. Pero, sobre todo, el apoyo de profesionales, que te aporten el impulso que te hace falta, con los medios y el soporte necesarios. En TECH ponemos a tu servicio todo lo que necesitas"

Al superar la formación el profesional será capaz de:

Competencias generales

- Escribir y transmitir la información en soporte audiovisual
- Conocer la forma de trabajo del reporterismo en televisión
- Aplicar los paradigmas metodológicos adecuados al formato del reportaje de investigación
- Acceder a los datos como fuente de información
- Trabajar en base a las técnicas de investigación periodística
- Crear un discurso narrativo de calidad adecuado al formato
- Realizar la producción del reportaje de investigación para televisión manejando todos sus aspectos de manera solvente
- Recurrir al entorno digital para trabajar en la investigación periodística



Competencias específicas

Bloque 1. Periodismo audiovisual

- Conocer y utilizar los diferentes géneros periodísticos
- Redactar piezas periodísticas en formato audiovisual
- Estar al tanto de la actualidad
- Tener fuentes de información de calidad y saber utilizarlas y reelaborar la información que se obtiene de ellas
- Usar la narrativa y el discurso audiovisual de manera correcta
- Utilizar las redes sociales para transmitir un mensaje

Bloque 2. Investigación periodística y reporterismo de televisión

- Identificar las fuentes de información adecuadas
- Describir la normativa referida al tema
- Reconocer los diferentes tipos de periodismo existente
- Explicar los diferentes perfiles periodísticos
- Realizar una investigación en comunicación
- Controlar las bases conceptuales
- Dominar las bases metodológicas
- Utilizar procedimientos sistemáticos para crear trabajos periodísticos de investigación
- Utilizar el periodismo de datos
- Saber aplicar la metodología de investigación periodística
- Usar las técnicas de investigación cuantitativa
- Aplicar la encuesta
- Utilizar el cuestionario como técnica de investigación cuantitativa
- Poner en práctica el Focus Group, para investigación cuantitativa
- Explicar en qué consiste la Observación Participante en periodismo
- Escribir de forma periodística usando la narrativa
- Aplicar los formatos discursivos y textuales en los trabajos de investigación
- Reconocer los nuevos paradigmas teóricos en cuanto a la escritura
- Realizar informes referentes a la investigación
- Comprender el lugar del periodismo de investigación en el cambio cultura
- Usar diferentes técnicas y métodos investigativos
- Aplicar la investigación a los distintos ámbitos comunicativo
- Describir las características normativas de TV
- Reconocer la normativa general en el ámbito del reporterismo
- Explicar las características del reportaje televisivo
- Reconocer las peculiaridades y exigencias del género
- Conocer las nuevas tendencias en el reportaje televisivo
- Aceptar la ética inherente al género de investigación en televisión
- Trabajar con los diferentes géneros periodísticos de tv con total competencia
- Distinguir los procesos de la producción en tv
- Reconocer los diferentes roles en este campo
- Descubrir en cada contexto cuáles son las fuentes a las que hay que recurrir
- Saber elaborar un guion
- Redactar con calidad para un reportaje de investigación
- Describir el manejo de una cámara e intervenir en la edición
- Presentar con calidad ante la cámara
- Planificar todas las partes del proceso
- Utilizar la fotografía de forma primordial
- Describir la relación entre ingeniería digital y la televisión y su influencia sobre el medio
- Analizar los big data en el entorno de la medición de audiencias y comprender su impacto
- Utilizar el periodismo dron en los trabajos de investigación
- Utilizar y desarrollar el "periodismo de las cosas"
- Aprovechar la vinculación de las redes y la figura de los influencers en el medio televisivo

04

Estructura y contenido

Los contenidos de esta especialización han sido desarrollados por los diferentes profesores de este curso, con una finalidad clara: conseguir que nuestro alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en esta materia. El contenido de este curso te permitirá aprender todos los aspectos de las diferentes disciplinas implicadas es esta área. Un programa completísimo y muy bien estructurado que te llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.





A través de un desarrollo muy bien compartimentado, podrás acceder a los conocimientos más avanzados del momento en Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión"

Módulo1. Periodismo escrito I

1.1. Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos
- 1.1.1. Introducción
- 1.1.2. Planteamiento general
- 1.1.3. Antecedentes, utilidad y criterios de valoración
- 1.1.4. Clasificación de los géneros
- 1.1.5. Características diferenciales. Primera fase: conceptos previos
- 1.1.6. Noticia
- 1.1.7. Características diferenciales. Segunda fase: rasgos distintivos de cada género
- 1.1.8. Otro modelo de clasificación más simplificado y universal
- 1.1.9. Previsiones de futuro: los géneros en el periodismo digital

1.2. El periodista multimedia y la transformación de los géneros
- 1.2.1. Introducción
- 1.2.2. Nace un nuevo periodista
- 1.2.3. Consecuencias para el periodista
- 1.2.4. Difícil separación entre relatos y comentarios
- 1.2.5. Nuevos géneros periodísticos
- 1.2.6. La diferencia de trabajar en la Red
- 1.2.7. Cada canal exige una forma de hacer
- 1.2.8. Nueva fisonomía de la radio
- 1.2.9. Entender la historia televisiva
- 1.2.10. Una pantalla para cada cosa
- 1.2.11. Un lenguaje específico para la Red
- 1.2.12. La regla número 17 de Stephen King

1.3. El lenguaje periodístico
- 1.3.1. Introducción
- 1.3.2. Lenguaje periodístico
- 1.3.3. El texto periodístico y su contexto
- 1.3.4. El lenguaje coral de los iconos

1.4. La noticia
- 1.4.1. Introducción
- 1.4.2. Definición
- 1.4.3. Cualidades específicas del hecho noticioso
- 1.4.4. Tipos de noticia

1.5. Las noticias discursivas
- 1.5.1. Introducción
- 1.5.2. Preparación y cobertura
- 1.5.3. Redacción
- 1.5.4. Partes de la noticia

1.6. El arte de las citas
- 1.6.1. Introducción
- 1.6.2. Funciones de las citas
- 1.6.3. Tipos de citas
- 1.6.4. Técnicas de la cita directa
- 1.6.5. Cuando usar las citas directas

1.7. La narración periodística
- 1.7.1. Introducción
- 1.7.2. La narración periodística
- 1.7.3. Problemas en la narración periodística

1.8. Los titulares periodísticos
- 1.8.1. Introducción
- 1.8.2. Funciones de los titulares
- 1.8.3. Características de los titulares
- 1.8.4. Evolución de los titulares
- 1.8.5. Elementos de titulación en los medios impresos, audiovisuales y digitales
- 1.8.6. Tipos de titulares

1.9. Las fuentes en el periodismo informativo
- 1.9.1. Introducción
- 1.9.2. En busca de la noticia
- 1.9.3. Tipos de fuentes para el periodismo informativo



1.10. Producción informativa y procedimientos de producción
- 1.10.1. Introducción
- 1.10.2. Organización del trabajo
- 1.10.3. Comercialización
- 1.10.4. Algunos aspectos contables
- 1.10.5. La imagen de los periódicos
- 1.10.6. El rediseño de periódicos

Módulo 2. Periodismo escrito II

2.1. La interpretación y la teoría de los géneros periodísticos
- 2.1.1. Introducción
- 2.1.2. La interpretación, tarea periodística
- 2.1.3. La «tipología de Martínez Albertos»
- 2.1.4. Otras clasificaciones finalistas
- 2.1.5. La objetividad, criterio clasificador
- 2.1.6. ¿Los hechos son sagrados y las opiniones libres?

2.2. La crónica periodística (I). Orígenes y definición
- 2.2.1. Introducción
- 2.2.2. Definición de crónica
- 2.2.3. La crónica en la era digital
- 2.2.4. Tipología de la crónica

2.3. La crónica periodística (II). Titulares, entradillas y recursos de estilo
- 2.3.1. Introducción
- 2.3.2. La titulación de las crónicas
- 2.3.3. Tipos de entradilla
- 2.3.4. El cuerpo: principales recursos de estilo

2.4. La crónica periodística (II). Titulares, entradillas y recursos de estilo
- 2.4.1. Introducción
- 2.4.2. La crónica de sucesos y judicial
- 2.4.3. La crónica parlamentaria
- 2.4.4. La España democrática
- 2.4.5. La crónica de espectáculos
- 2.4.6. La crónica deportiva

2.5. El reportaje (I). Definición, orígenes y tipología
- 2.5.1. Introducción
- 2.5.2. Definición
- 2.5.3. El origen del reportaje: sus precedentes
- 2.5.4. El «reportaje interpretativo»
- 2.5.5. Estilo y características diferenciales del reportaje
- 2.5.6. El reportaje en soporte digital
- 2.5.7. Tipología de reportajes
- 2.5.8. Tipología digital

2.6. El reportaje (II). Idea, enfoque e investigación
- 2.6.1. Introducción
- 2.6.2. Escasa pedagogía del reportaje
- 2.6.3. El proyecto del reportaje: la idea y el enfoque
- 2.6.4. La investigación: recopilación, selección y ordenación de los datos
- 2.6.5. Cuando usar las citas directas

2.7. El reportaje (III). Estructura y redacción
- 2.7.1. Introducción
- 2.7.2. Estilo y estructura, claves del reportaje
- 2.7.3. La titulación del reportaje
- 2.7.4. La entradilla del reportaje
- 2.7.5. El cuerpo del reportaje

2.8. La entrevista (I). Definición, origen y principales hitos
- 2.8.1. Introducción
- 2.8.2. Definición de entrevista
- 2.8.3. Origen histórico de la entrevista: los diálogos
- 2.8.4. La evolución de la entrevista

2.9. La entrevista (II). Tipología, preparación y realización
- 2.9.1. Introducción
- 2.9.2. Tipos de entrevistas
- 2.9.3. El proceso de confección de la entrevista

2.10. La entrevista (III). Organización del material y redacción
- 2.10.1. Introducción
- 2.10.2. Transcripción y preparación del material obtenido
- 2.10.3. La titulación de la entrevista
- 2.10.4. Errores en el título
- 2.10.5. La entradilla
- 2.10.6. El cuerpo de la entrevista

Módulo 3. Documentación informativa

3.1. Introducción a la Documentación como ciencia
- 3.1.1. Introducción
- 3.1.2. La sociedad de la información y el conocimiento
- 3.1.3. Información y documentación
- 3.1.4. Definición de la documentación
- 3.1.5. El nacimiento de la documentación como ciencia
- 3.1.6. Los centros de documentación

3.2. Historia y características de la Documentación Informativa
- 3.2.1. Introducción
- 3.2.2. Historia de la documentación informativa
- 3.2.3. Características generales de la documentación informativa
- 3.2.4. Principios de la documentación informativa
- 3.2.5. Funciones de la documentación informativa

3.3. La crónica periodística (II). Titulares, entradillas y recursos de estilo
- 3.3.1. Introducción
- 3.3.2. La titulación de las crónicas
- 3.3.3. Tipos de entradilla
- 3.3.4. El cuerpo: principales recursos de estilo
- 3.3.5. Obras de consulta: concepto y clasificación

3.4. El análisis documental I
- 3.4.1. Introducción
- 3.4.2. La cadena documental
- 3.4.3. La selección documental
- 3.4.4. El análisis documental

3.4.5. La catalogación
3.4.6. La descripción documental y el asiento bibliográfico
3.5. El análisis documental II
3.5.1. Introducción
3.5.2. La clasificación
3.5.3. La indización
3.5.4. El resumen
3.5.5. La referencia documental
3.5.6. Los lenguajes documentales
3.6. Recuperación de información y bases de datos
3.6.1. Introducción
3.6.2. La recuperación de información
3.6.3. Los sistemas de gestión de bases de datos
3.6.4. Lenguajes de interrogación y ecuaciones de búsqueda
3.6.5. La evaluación de la recuperación de información
3.6.6. Las bases de datos
3.7 La documentación fotográfica
3.7.1. Introducción
3.7.2. La fotografía
3.7.3. El documento fotográfico
3.7.4. Criterios de selección fotográfica
3.7.5. El análisis documental de las fotografías
3.8. La documentación radiofónica
3.8.1. Introducción
3.8.2. Características del documento sonoro
3.8.3. Tipología de los documentos radiofónicos
3.8.4. Los archivos radiofónicos
3.8.5. Análisis documental de la información sonora
3.8.6. La documentación informativa en la radio
3.9. La documentación audiovisual
3.9.1. Introducción
3.9.2. El documento audiovisual
3.9.3. La documentación televisiva
3.9.4. El análisis documental de la imagen en movimiento
3.9.5. La documentación cinematográfica
3.10. La documentación en prensa escrita, digital y en gabinetes de comunicación.
3.10.1. Introducción
3.10.2. El servicio básico de documentación en medios escritos
3.10.3. El proceso documental en medios digitales
3.10.4. El servicio de documentación en la redacción digital
3.10.5. La documentación en los gabinetes de comunicación

Módulo 4. Diseño de publicaciones

4.1. Tecnología manual de la comunicación e información escrita
4.1.1. Introducción
4.1.2. Las formas iniciales de la escritura
4.1.3. Los soportes de la escritura manual
4.1.4. Niveles de representación gráfica en la primera escritura
4.1.5. Clasificación general de los signos de escritura
4.1.6. El nacimiento y desarrollo del alfabeto: la independencia del signo escrito
4.1.7. La escritura, memoria de información
4.1.8. Las formas de la escritura alfabética latina: observación diacrónica
4.1.9. Las imágenes en el mundo de la escritura manual
4.2. Sistema de impresión
4.2.1. Introducción
4.2.2. De la reproducción manual a la reproducción mecanizada de la escritura
4.2.3. La imitación, denominador común de las primeras copias mecánicas de información
4.2.4. Antecedentes de la reproducción mecanizada de la información en la Antigüedad

4.2.5. La xilografía, el antecedente más próximo a la tecnología de Gutenberg
4.2.6. Conocimientos y elementos tecnológicos preexistentes y necesarios para la imprenta de Gutenberg
4.2.7. La imprenta de Gutenberg
4.2.18. El desarrollo de las fases de composición e impresión de la información escrita

4.3. Formas y funciones de los elementos del diseño periodístico
4.3.1. Introducción
4.3.2. Qué es el diseño periodístico de comunicación e información escrita
4.3.3. Los elementos del diseño periodístico

4.4. Las imágenes
4.4.1. Introducción
4.4.2. Las imágenes periodísticas
4.4.3. La infografía: naturaleza, características, funciones y formas
4.4.4. Los recursos gráficos no textuales ni icónicos

4.5. El color
4.5.1. Introducción
4.5.2. Naturaleza, función y procesos de síntesis del color
4.5.3. Separación de colores en artes gráficas
4.5.4. Funciones y posibilidades expresivas del color en un medio escrito
4.5.5. Características de colores plano

4.6. Tipografías: identidad y uso
4.6.1. Introducción
4.6.2. Qué es tipografía
4.6.3. La morfología del carácter: implicaciones semánticas
4.6.4. Clasificaciones de los caracteres tipográficos
4.6.5. Las funciones de la tipografía
4.6.6. La tipografía informática

4.7. Formatos y diseño periodístico de la información
4.7.1. Introducción
4.7.2. Evolución diacrónica del diseño periodístico de medios escritos
4.7.3. El formato, primera circunstancia espacial
4.7.4. La distribución y arquitectura del espacio de la página
4.7.5. El diseño modular
4.7.6. El diagrama de Gutenberg
4.7.7. El CIV



4.8. Diseño periodístico y comunicación. Orden y jerarquía
- 4.8.1. Introducción
- 4.8.2. El objetivo fundamental del diseño periodístico
- 4.8.3. Criterios de distribución de la información
- 4.8.4. Estructuras básicas de conformación de páginas
- 4.8.5. Sistemas de equilibrio en la expresión de los significantes informativos
- 4.8.6. Principios básicos aplicables en el diseño periodístico
- 4.8.7. La primera página
- 4.8.8. Las páginas interiores del periódico

4.9. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación
- 4.9.1. Introducción
- 4.9.2. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación e información escrita inmediatamente anterior a la digitalización
- 4.9.3. La digitalización, cambio de marcha en el desarrollo de la comunicación e información escrita

4.10. La mediación digital en el periodismo actual
- 4.10.1. Introducción
- 4.10.2. La mediación digital en el periodismo actual
- 4.10.3. La información escrita en el periodismo de edición digital

Módulo 5. Narrativa audiovisual

5.1. La narrativa audiovisual
- 5.1.1. Introducción
- 5.1.2. Conceptos fundamentales de la Narrativa Audiovisual
- 5.1.3. Una aproximación metodológica
- 5.1.4. Particularidades del discurso audiovisual
- 5.1.5. El lenguaje audiovisual
- 5.1.6. La imagen
- 5.1.7. El sonido

5.2. El discurso y las estancias enunciadoras
- 5.2.1. Introducción
- 5.2.2. Las funciones del relato
- 5.2.3. La construcción del texto narrativo
- 5.2.4. Las instancias enunciadoras
- 5.2.5. Tipologías de narradores
- 5.2.6. La focalización
- 5.2.7. El narratario

5.3. La historia y los ejes de la narración
- 5.3.1. Introducción
- 5.3.2. La historia
- 5.3.3. La acción narrativa
- 5.3.4. El tiempo
- 5.3.5. El espacio
- 5.3.6. El sonido

5.4. La construcción del discurso audiovisual: el guion
- 5.4.1. Introducción
- 5.4.2. El guion
- 5.4.3. La idea
- 5.4.4. Los géneros
  - 5.4.4.1. El cine fantástico y de terror
  - 5.4.4.1. El cine bélico
  - 5.4.4.1. La comedia
  - 5.4.4.1. El musical
  - 5.4.4.1. El documental
- 5.4.5. Los personajes y el diálogo
- 5.4.6. El guion literario vs el guion técnico

5.5. Teoría y análisis del montaje fílmico
- 5.5.1. Introducción
- 5.5.2. Definición del montaje
- 5.5.3. Las unidades básicas de la narrativa fílmica
- 5.5.4. Primeras aproximaciones teóricas
- 5.5.5. Tipos de montaje
- 5.5.6. El montaje invisible: el raccord. Glosario sobre el montaje

5.6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la posmodernidad
- 5.6.1. Introducción
- 5.6.2. Los orígenes del cine
- 5.6.3. El cine de los orígenes: la articulación espacio-temporal
- 5.6.4. Las vanguardias y el cine
- 5.6.5. El cine de Hollywood
- 5.6.6. El cine de arte y el ensayo
- 5.6.7. El cine contemporáneo

5.7. El cine informático: de los noticiarios al documental
- 5.7.1. Introducción
- 5.7.2. El cine informativo
- 5.7.3. Los noticiarios cinematográficos
- 5.7.4. El documental
- 5.7.5. El cine informativo de ficción
- 5.7.6. El valor de los informativos como fuente histórica

5.8. El discurso televisivo: información y entretenimiento
- 5.8.1. Introducción
- 5.8.2. El discurso televisivo
- 5.8.3. Narratología de la información audiovisual
- 5.8.4. Los géneros de la información audiovisual
- 5.8.5. El infotainment
- 5.8.6. Los programas de entretenimiento
- 5.8.7. El relato televisivo de ficción

5.9. El discurso publicitario audiovisual: spot, tráiler y videoclip
- 5.9.1. Introducción
- 5.9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
- 5.9.3. Spot
- 5.9.4. Tráiler
- 5.9.5. Videoclip

5.10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital
- 5.10.1. Introducción
- 5.10.2. El paradigma digital
- 5.10.3. Los nuevos medios del siglo XXI
- 5.10.4. Nuevas prácticas mediáticas
- 5.10.5. La condición postmedia

Módulo 6. Comunicación televisiva

6.1. El mensaje en Televisión
- 6.1.1. Introducción
- 6.1.2. El mensaje en televisión
- 6.1.3. La TV como la unión de la imagen dinámica y el audio

6.2. Historia y evolución del medio televisivo
- 6.2.1. Introducción.
- 6.2.2. Origen del medio televisivo
- 6.2.3. Historia y evolución en el mundo del medio televisivo

6.3. Géneros y Formatos en Televisión
- 6.3.1. Introducción
- 6.3.2. Géneros televisivos
- 6.3.3. Formatos en televisión

6.4. El guion en Televisión
- 6.4.1. Introducción
- 6.4.2. Tipos de guion
- 6.4.3. Función del guion en televisión

6.5. Programación Televisiva
- 6.5.1. Introducción
- 6.5.2. Historia
- 6.5.3. Programación en bloque
- 6.5.4. Programación cruzada
- 6.5.5. Contraprogramación

6.6. Lenguaje y Narración en Televisión
- 6.6.1. Introducción
- 6.6.2. El lenguaje en Televisión
- 6.6.3. La narración en televisión

6.7. Técnicas de Locución y expresión
- 6.7.1. Introducción
- 6.7.2. Técnicas de locución
- 6.7.3. Técnicas de expresión

6.8. Creatividad en Televisión
- 6.8.1. Introducción
- 6.8.2. La creatividad en televisión
- 6.8.3. El futuro de la televisión

6.9. Producción
- 6.9.1. Introducción
- 6.9.2. Producción televisiva
- 6.9.3. Preproducción
- 6.9.4. Producción y grabación
- 6.9.5. Postproducción

6.10. Tecnología y Técnicas digitales en televisión
- 6.10.1. Introducción
- 6.10.2. El papel de la tecnología en la televisión
- 6.10.3. Las técnicas digitales en televisión

Módulo 7. Periodismo televisivo

7.1. Organización de la redacción y cobertura informativa
- 7.1.1. Introducción
- 7.1.2. Organización en la redacción de una televisión
- 7.1.3. Puestos
- 7.1.4. Cobertura informativa

7.2. Informativos no diarios
- 7.2.1. Introducción.
- 7.2.2. Informativos no diarios
  - 7.2.2.1. Informativos de fin de semana
  - 7.2.2.2. Informativos excepcionales

7.3. Informativos diarios
- 7.3.1. Introducción
- 7.3.2. Informativos diarios
- 7.3.3. Tipos de informativos
  - 7.3.3.1. Estelares
  - 7.3.3.2. Informativo diario
  - 7.3.3.3. Programas de entrevistas
  - 7.3.3.4. Infotainment

7.4. La crónica, el reportaje y la entrevista
- 7.4.1. Introducción
- 7.4.2. La crónica
- 7.4.3. Tipos de reportaje
- 7.4.4. Tipos de entrevista

7.5. La entradilla de Estudio
- 7.5.1. Introducción
- 7.5.2. La entradilla de estudio
- 7.5.3. Entradillas audiovisuales

7.6. Programas según formatos. Magazines y Reality-show
- 7.6.1. Introducción
- 7.6.2. Definición de magazine
- 7.6.3. Definición de reality - show

7.7. Programas especializados según contenidos
- 7.7.1. Introducción
- 7.7.2. Periodismo especializado
- 7.7.3. Programas especializados

7.8. La Realización Televisiva
- 7.8.1. Introducción
- 7.8.2. La Realización Televisiva
- 7.8.3. Preproducción
- 7.8.4. Rodaje
- 7.8.5. Control de realización

7.9. Tratamiento de la información en directo y en diferido
- 7.9.1. Introducción
- 7.9.2. Tratamiento de la información en directo
- 7.9.3. Tratamiento de la información en diferido

7.10. Técnicas de Edición
- 7.10.1. Introducción
- 7.10.2. Técnicas de edición en televisión
- 7.10.3. Tipos de edición

Módulo 8. Comunicación radiofónica

8.1. Historia de la radiodifusión
- 8.1.1. Introducción
- 8.1.2. Orígenes
- 8.1.3. Orson Welles y "La Guerra de los Mundos"
- 8.1.4. La radio en el mundo
- 8.1.5. La nueva radio

8.2. Panorama actual de la radio en Latinoamérica
- 8.2.1. Introducción
- 8.2.2. Historia de la radio en Latinoamérica
- 8.2.3. Actualidad

8.3. El lenguaje radiofónico
- 8.3.1. Introducción
- 8.3.2. Características de la comunicación radiofónica
- 8.3.3. Elementos que configuran el lenguaje radiofónico
- 8.3.4. Características de la construcción de textos radiofónicos
- 8.3.5. Características de la redacción de textos radiofónicos
- 8.3.6. Glosario de los términos utilizados en el lenguaje radiofónico

8.4. El guion para radio. Creatividad y expresión
- 8.4.1. Introducción
- 8.4.2. El guion radiofónico
- 8.4.3. Principios básicos en la elaboración de un guion

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

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

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

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

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

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?



Módulo 9. Periodismo radiofónico

9.1. Historia de la radio
- 9.1.1. Historia de la información radiofónica en el mundo
- 9.1.2. Origen
- 9.1.3. Evolución de la información radiofónica

9.2. De los géneros literarios a los radiofónicos
- 9.2.1. Introducción
- 9.2.2. La razón de ser de los géneros
- 9.2.3. De los géneros literarios a los radiofónicos, pasando por los periodísticos
- 9.2.4. Clasificación de los géneros radiofónicos

9.3. Informativos
- 9.3.1. Introducción
- 9.3.2. La noticia como materia prima
- 9.3.3. Tipos de programas informativos

9.4. El deporte como género radiofónico
- 9.4.1. Introducción
- 9.4.2. Historia
- 9.4.3. Los formatos deportivos
- 9.4.4. El futuro del deporte en la radio

9.5. Programas de participación de la audiencia
- 9.5.1. Introducción
- 9.5.2. Razones para el éxito de la participación como género radiofónico
- 9.5.3. Tipología del género de participación

9.6. Dramáticos
- 9.6.1. Introducción
- 9.6.2. Los Subgéneros
- 9.6.3. La técnica

9.7. Musicales
- 9.7.1. Introducción
- 9.7.2. Historia del género musical
- 9.7.3. Los subgéneros

9.8. El magacín
- 9.8.1. Introducción
- 9.8.2. El magacín
- 9.8.3. El magacín especializado

9.9. Historia de la publicidad
- 9.9.1. Introducción
- 9.9.2. Historia de la publicidad
- 9.9.3. Tipos de publicidad

9.10. La publicidad como género radiofónico
- 9.10.1. Introducción
- 9.10.2. La publicidad en radio
- 9.10.3. La publicidad como género radiofónico
- 9.10.4. El fenómeno publicitario radiofónico en el proceso de comunicación

Módulo 10. Periodismo digital y redes sociales

10.1. Los nuevos perfiles profesionales
- 10.1.1. Introducción
- 10.1.2. De la empresa tradicional a la empresa digital
- 10.1.3. Los nuevos profesionales 2.0
- 10.1.4. La era de los blogueros

10.2. Organización de la información digital
- 10.2.1. Introducción.
- 10.2.2. La usabilidad en el entorno digital
- 10.2.3. Etiquetas y metadatos
- 10.2.4. Optimización para buscadores (SEO y SEM)

10.3. Arquitectura del contenido web
- 10.3.1. Introducción
- 10.3.2. Estructura de la portada
- 10.3.3. Menú
- 10.3.4. Titular
- 10.3.5. Cuerpo

10.4. El blog periodístico y los wikis
- 10.4.1. Introducción
- 10.4.2. El blog periodístico
- 10.4.3. Estructura de un post
- 10.4.4. Etiquetas
- 10.4.5. Comentarios
- 10.4.6. Los Wikis

10.5. Microblogging y periodismo
- 10.5.1. Introducción
- 10.5.2. Twitter
- 10.5.3. Las fuentes en Twitter

10.6. Plataformas sociales y periodismo
- 10.6.1. Introducción
- 10.6.2. Redes sociales y periodismo
- 10.6.3. Integración de contenidos sociales
- 10.6.4. Técnicas de escritura en redes sociales

10.7. Escritura en pantalla
- 10.7.1. Introducción
- 10.7.2. El abecé de la lectura en pantalla
- 10.7.3. Adaptación de texto a formato web
- 10.7.4. El titular en contenidos digitales

10.8. Escritura hipertextual y multimedia
- 10.8.1. Introducción
- 10.8.2. La hipertextualidad en la redacción digital
- 10.8.3. Formatos multimedia

10.9. Géneros ciber periodísticos
- 10.9.1. Introducción
- 10.9.2. Definición
- 10.9.3. Géneros informativos
- 10.9.4. Géneros interpretativos
- 10.9.5. Géneros de opinión

10.10. Aspectos legales en Internet
- 10.10.1. Introducción
- 10.10.2. Responsabilidad jurídica en Internet
- 10.10.3. Gestión de la reputación en línea
- 10.10.4. Compartir contenidos en Internet

Módulo 11. Introducción al periodismo de investigación

11.1. Periodismo de Investigación. Legalidad y Transparencia
- 11.1.1. Historia del Periodismo de Investigación
  - 11.1.1.1. Antecedentes
  - 11.1.1.2. Actualidad del Periodismo de Investigación
  - 11.1.1.3. Escenario cambiante del Periodismo de Investigación
  - 11.1.1.4. Periodismo de Datos
- 11.1.2. Proceso de la investigación periodística
  - 11.1.2.1. Identificación del objeto de estudio
  - 11.1.2.2. Planificación
  - 11.1.2.3. Búsqueda y selección de las fuentes de investigación
  - 11.1.2.4. Redacción
  - 11.1.2.5. Publicación
- 11.1.3. Derecho a la información pública
- 11.1.4. Transparencia y gobierno abierto
- 11.1.5. Open data y Big data
- 11.1.6. Normativa del Periodismo de Investigación
- 11.1.7. Legislación, ética y participación ciudadana

11.2. Las Fuentes Secundarias de la Información
- 11.1.1. ¿Qué son las Fuentes Secundarias?
- 11.1.2. Fiabilidad de las fuentes
- 11.1.3. Fuentes españolas
- 11.1.4. Fuentes europeas
- 11.1.5. Fuentes latinoamericanas
- 11.1.6. Otras fuentes internacionales

11.3. Periodismo de precisión
- 11.3.1. Principios del periodismo de precisión
- 11.3.2. Transparencia y libertad de acceso a la información
- 11.3.3. Acceso informático a bases de datos en la investigación periodística
- 11.3.4. Conflictos pragmáticos entre libertad de acceso a la información e intimidad
- 11.3.5. Técnicas sociológicas del periodismo de precisión

11.4. Periodismo Cívico
- 11.4.1. ¿Qué es el Periodismo Cívico?
- 11.4.2. Diferencia entre "Periodismo Cívico" y "Periodismo de los ciudadanos"
- 11.4.3. Ejemplos de Periodismo Cívico
- 11.4.4. Limitaciones y riesgos reales del Periodismo Cívico

11.5. Periodismo de Datos. Estadística para este tipo de periodismo.
- 11.5.1. Conceptos estadísticos básicos para periodismo
- 11.5.2. Medidas de tendencia central
- 11.5.3. Medidas de dispersión
- 11.5.4. Gráficos

11.6. Narración digital en Periodismo
- 11.6.1. El periodismo en la era digital
- 11.6.2. Escribir en Internet. Nuevos perfiles profesionales
- 11.6.3. Escritura en pantalla
- 11.6.4. Redes Sociales
- 11.6.5. Cibercultura y Ciberdemocracia
  - 11.6.5.1. Transformación del entorno mediático
- 11.6.6. Géneros ciberperiodísticos
  - 11.6.6.1. Hipertexto
  - 11.6.6.2. Sonido
  - 11.6.6.3. Vídeo
  - 11.6.6.4. Fotografía
  - 11.6.6.5. HTML
- 11.6.7. Nuevos modelos de negocio de la comunicación en el entorno digital

11.7. Periodismo y Redes Sociales
- 11.7.1. Historia de las Redes Sociales
- 11.7.2. Impacto de las Redes Sociales en la actividad periodística tradicional
- 11.7.3. El periodismo en las Redes Sociales
- 11.7.4. Verificación de contenido en Redes Sociales
- 11.7.5. Principales Redes Sociales

11.8. Nuevas tendencias del periodismo en el ámbito de los contenidos
- 11.8.1. Más Redes Sociales
- 11.8.2. Predominio de la fotografía y el vídeo
- 11.8.3. Especialización
- 11.8.4. "Fake News" y cómo afrontarlas
- 11.8.5. Comercialización de los contenidos digitales

11.9. Perfiles periodísticos emergentes
- 11.9.1. Reporterismo multimedia
- 11.9.2. Periodismo inmersivo/360 grados
- 11.9.3. Engagement en medios de comunicación
- 11.9.4. Big Data y Periodismo de Datos
- 11.9.5. Futuros perfiles periodísticos emergentes

11.10. Investigación para la optimización den recursos en la empresa multimedia dentro de la Sociedad-red
- 11.10.1. Sociedad Red y transformación digital
- 11.10.2. Estrategias para las nuevas estructuras organizativas
- 11.10.3. Complejidad y evolución organizativa
- 11.10.4. La empresa multimedia
- 11.10.5. La importancia del contenido multimedia
- 11.10.6. Aplicaciones multimedia en la empresa



Módulo 12. Metodología de la investigación

12.1. Nociones básicas sobre investigación: la ciencia y el método científico
- 12.1.1. Definición del método científico
- 12.1.2. Método analítico
- 12.1.3. Método sintético
- 12.1.4. Método inductivo
- 12.1.5. El pensamiento cartesiano
- 12.1.6. Las reglas del método cartesiano
- 12.1.7. La duda metódica
- 12.1.8. El primer principio cartesiano
- 12.1.9. Los procedimientos de inducción según J. Mill Stuart

12.2. El proceso general de la investigación: enfoque cuantitativo y cualitativo
- 12.2.1. Presupuestos epistemológicos
- 12.2.2. Aproximación a la realidad y al objeto de estudio
- 12.2.3. Relación sujeto-objeto
- 12.2.4. Objetividad
- 12.2.5. Procesos metodológicos
- 12.2.6. La integración de métodos

12.3. Paradigmas de investigación y métodos derivados de ellos
- 12.3.1. ¿Cómo surgen las ideas de investigación?
- 12.3.2. ¿Qué investigar en educación?
- 12.3.3. Planteamiento del problema de investigación
- 12.3.4. Antecedentes, justificación y objetivos de la investigación
- 12.3.5. Fundamentación teórica
- 12.3.6. Hipótesis, variables y definición de conceptos operativos
- 12.3.7. Selección del diseño de investigación
- 12.3.8. El muestreo en estudios cuantitativos y cualitativos

12.4. Proceso y etapas de la investigación cuantitativa
- 12.4.1. Fase 1: Fase conceptual
- 12.4.2. Fase 2: Fase de planificación y diseño
- 12.4.3. Fase 3: Fase empírica
- 12.4.4. Fase 4: Fase analítica
- 12.4.5. Fase 5: Fase de difusión

12.5. Tipos de investigación cuantitativa
- 12.5.1. Investigación histórica
- 12.5.2. Investigación correlacional
- 12.5.3. Estudio de caso
- 12.5.4. Investigación "ex post facto" sobre hechos cumplidos
- 12.5.5. Investigación cuasi-experimental
- 12.5.6. Investigación experimental

12.6. Proceso y etapas de la investigación cualitativa
- 12.6.1. Fase 1: Fase preparatoria
- 12.6.2. Fase 2: Fase de campo
- 12.6.3. Fase 3: Fase analítica
- 12.6.4. Fase 4: Fase informativa

12.7. Tipos de investigación cualitativa
- 12.7.1. La etnografía
- 12.7.2. La teoría fundamentada
- 12.7.3. La fenomenología
- 12.7.4. El método biográfico y la historia de vida
- 12.7.5. El estudio de casos
- 12.7.6. El análisis de contenido
- 12.7.7. El examen del discurso
- 12.7.8. La investigación acción participativa

12.8. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cuantitativos
- 12.8.1. La entrevista estructurada
- 12.8.2. El cuestionario estructurado
- 12.8.3. Observación sistemática
- 12.8.4. Escalas de actitud
- 12.8.5. Estadísticas
- 12.8.6. Fuentes secundarias de información

12.9. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos
- 12.9.1. Entrevista no estructurada
- 12.9.2. Entrevista en profundidad
- 12.9.3. Grupos focales
- 12.9.4. Observación simple, no regulada y participativa

12.9.5. Historias de vida
12.9.6. Diarios
12.9.7. Análisis de contenidos
12.9.8. El método etnográfico
12.10. Control de calidad de los datos
12.10.1. Requisitos de un instrumento de medición
12.10.2. Procesamiento y análisis de datos cuantitativos
12.10.2.1. Validación de datos cuantitativos
12.10.2.2. Estadística para el análisis de datos
12.10.2.3. Estadística descriptiva
12.10.2.4. Estadística inferencial
12.10.3. Procesamiento y análisis de datos cualitativos
12.10.3.1. Reducción y categorización
12.10.3.2. Clarificar, sinterizar y comparar
12.10.3.3. Programas para el análisis cualitativo de datos textuales

Módulo 13. Periodismo de datos. Una aproximación al periodismo de investigación a través de los datos

13.1. Periodismo de Datos I. Fuentes de Investigación y procesamiento de datos
13.1.1. Introducción al Periodismo de Datos
13.1.2. Fuentes oficiales de datos
13.1.2.1. Fuentes oficiales de datos a escala nacional
13.1.2.2. Fuentes oficiales de datos a escala internacional
13.1.3. Fuentes extraoficiales de datos
13.1.4. Formatos de Periodismo de Datos I
13.1.4.1. Internet
13.1.4.2. Prensa, Televisión y Radio
13.2. Periodismo de Datos II. Herramientas digitales para la presentación de los datos
13.2.1. Estado de la cuestión
13.2.2. Tratamiento de datos
13.2.3. Visualización de datos
13.2.3.1. Visualización de datos tabulados
13.2.3.2. Visualización de relaciones
13.2.3.3. Visualización de mapas
13.2.3.4. Visualización de Java Script
13.3. Metodología y Técnicas de Investigación en Periodismo
13.3.1. .Metodología de la investigación en Ciencias Sociales
13.3.1.1. El carácter empírico de la investigación social
13.3.1.2. El método científico en Ciencias Sociales
13.3.1.3. La investigación científica
13.3.1.4. La elección del objeto de la investigación
13.3.2. Etapas del proceso de investigación
13.3.2.1. Identificación, delimitación, definición, descripción y explicación del problema
13.3.2.2. Formulación de objetivos y preguntas de investigación
13.3.2.3. Revisión de literatura
13.3.2.3.1. Antecedentes
13.3.2.3.2. Conceptos
13.3.2.3.3. Teorías
13.3.2.4. Planificación del diseño de investigación
13.3.2.4.1. Selección de la muestra
13.3.2.4.2. Tipo de estudio
13.3.2.4.3. Procedimiento
13.3.2.4.4. Recogida de información
13.3.2.5. Ejecución analítica de la investigación
13.3.2.5.1. Obtención de datos
13.3.2.5.2. Presentación de datos
13.3.2.5.3. Análisis de datos
13.3.2.5.4. Conclusiones
13.3.2.6. Redacción del informe de investigación
13.4. Técnicas de Investigación Cuantitativa
13.4.1. ¿Qué es la Investigación Cuantitativa?
13.4.2. Características
13.4.3. Herramientas de investigación
13.4.4. Recopilación de datos

13.5. Técnicas de Investigación Cualitativa
- 13.5.1. ¿Qué es la Investigación Cualitativa?
- 13.5.2. Características
- 13.5.3. Herramienta de investigación
- 13.5.4. Recopilación de datos

13.6. La encuesta
- 13.6.1. ¿Qué es la encuesta?
- 13.6.2. Características
- 13.6.3. Tipos
- 13.6.4. Aplicaciones

13.7. El cuestionario
- 13.7.1. ¿Qué es el cuestionario?
- 13.7.2. Características
- 13.7.3. Tipos
- 13.7.4. Aplicaciones

13.8. Entrevista en profundidad
- 13.8.1. ¿Qué es la entrevista en profundidad?
- 13.8.2. Características
- 13.8.3. Tipos
- 13.8.4. Aplicaciones

13.9. Focus Group
- 13.9.1. ¿Qué es el Focus Group?
- 13.9.2. Características
- 13.9.3. Tipos
- 13.9.4. Guión de preguntas
- 13.9.5. Aplicaciones

13.10. Observación participante
- 13.10.1. ¿Qué es la observación participante?
- 13.10.2. Características
- 13.10.3. Tipos
- 13.10.4. Aplicaciones

Módulo 14. Componente narrativo y discursivo en periodismo de investigación

14.1. Narrativa periodística. Teoría y análisis
- 14.1.1. Periodismo de calidad
- 14.1.2. Periodismo y responsabilidad social
- 14.1.3. Influencia de la narrativa periodística en el entorno social
- 14.1.4. Contexto comunicativo y discursivo del periodismo

14.2. Discurso, texto y comunicación
- 14.2.1. Tipos y organización del discurso
- 14.2.2. Tipos de texto
- 14.2.3. Comunicación en Internet
- 14.2.4. Comunicación audiovisual

14.3. Nuevas tendencias de la escritura
- 14.3.1. Responsabilidad social y ética del Periodismo
- 14.3.2. Análisis semántico, pragmático y semiótico de textos
- 14.3.3. Nuevos marcos teóricos de la comunicación en la eran den Internet
- 14.3.4. Nuevos paradigmas teóricos-metodológicos

14.4. La Investigación en el Periodismo
- 14.4.1. Diseño de la investigación
- 14.4.2. Construcción del marco teórico
- 14.4.3. Construcción del marco analítico
- 14.4.4. Escritura científica

14.5. El análisis del discurso como técnica de Investigación en Periodismo
- 14.5.1. Sistematicidad
- 14.5.2. Observación
- 14.5.3. Registro de fenómenos culturales y socio-comunicativos
- 14.5.4. Carácter conversacional
- 14.5.5. Descripción de la producción, emisión e interpretación de discursos sociales

14.6. Redacción informativa
- 14.6.1. Nuevas disciplinas en redacción digital
- 14.6.2. Criterios de escritura
- 14.6.3. Diseño de contenidos
- 14.6.4. Nuevas tendencias narrativas

14.7. Redacción de informes de investigación
- 14.7.1. Fuentes científicas de investigación
- 14.7.2. Bases de datos
- 14.7.3. Recursos electrónicos
- 14.7.4. Citas y referencias

14.8. enguaje audiovisual
- 14.8.1. Concepto de imagen
- 14.8.2. Concepto de sonido
- 14.8.3. Normas básicas de lenguaje audiovisual
- 14.8.4. Elementos del lenguaje audiovisual

14.9. Narrativa audiovisual
- 14.9.1. Estructura del informativo de televisión
- 14.9.2. Realización de programas informativos
- 14.9.3. Estilos de narración informativa
- 14.9.4. Narración informativa en la Sociedad Digita

14.10. El Periodismo de Investigación desde una perspectiva del cambio cultural
- 14.10.1. Teorías y métodos para el estudio del cambio cultural
- 14.10.2. Archivos, fuentes y escritura para atajar los problemas del estudio del cambio cultural
- 14.10.3. Análisis del cambio cultural
- 14.10.4. Aspectos/componentes del cambio cultural en lo que respecta al Periodismo de Investigación

Módulo 15. Investigación en medios digitales

15.1. El método científico y sus técnicas
- 15.1.1. Introducción
- 15.1.2. El método científico y sus técnicas
- 15.1.3. Método científico y técnicas metodológicas
- 15.1.4. Diseño y fases de una investigación
- 15.1.5. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
- 15.1.6. Enfoques y perspectivas en una investigación
- 15.1.7. Normas éticas y deontológicas

15.2. Metodología I
- 15.2.1. Introducción
- 15.2.3. Los aspectos medibles: el método cuantitativo
- 15.2.4. Las técnicas cuantitativas
- 15.2.5. Tipos de encuesta
- 15.2.6. La preparación del cuestionario y la exposición de resultados

15.3. Metodología II
- 15.3.1. Introducción
- 15.3.2. Los aspectos medibles: el método cualitativo
- 15.3.3. Las técnicas cualitativas
- 15.3.4. Las entrevistas individuales y su tipología
- 15.3.5. La entrevista en grupo y sus variables: grupos de discusión o focus groups
- 15.3.6. Otras técnicas conversacionales: Philips 66, brainstorming, Delphi, núcleos de intervención participativa, árbol de problemas y soluciones
- 15.3.7. La investigación-acción participativa

15.4. Metodología III
- 15.4.1. Introducción
- 15.4.2. Desvelar los comportamientos y las interacciones comunicativas: la observación y sus variantes
- 15.4.3. La observación como método científico
- 15.4.4. El procedimiento: la planificación de una observación sistemática
- 15.4.5. Diferentes modalidades de observación
- 15.4.6. La observación online: etnografía virtual

15.5. Metodología IV
- 15.5.1. Introducción
- 15.5.2. Desvelar el contenido de los mensajes: análisis de contenido y de discurso
- 15.5.3. Introducción al análisis de contenido cuantitativo
- 15.5.4. La selección de la muestra y el diseño de las categorías
- 15.5.5. El procesamiento de los datos
- 15.5.6. El análisis crítico de discurso
- 15.5.7. Otras técnicas para el análisis de los textos mediáticos

15.6. Técnicas de recogida de datos digitales
- 15.6.1. Introducción
- 15.6.2. Conocer las reacciones: experimentar en comunicación
- 15.6.3. Introducción a los experimentos
- 15.6.4. Qué es un experimento en comunicación
- 15.6.5. La experimentación y sus tipologías
- 15.6.6. El diseño práctico del experimento

15.7. Técnicas de organización de datos digitales
- 15.7.1. Introducción
- 15.7.2. La información digital
- 15.7.3. Problemáticas y propuestas metodológicas
- 15.7.4. La prensa online: características y aproximación a su análisis

15.8. Servicios instrumentales participativos
- 15.8.1. Introducción
- 15.8.2. Internet como objeto de estudio: criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de sus contenidos
- 15.8.3. Internet como objeto de estudio
- 15.8.4. Criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de los contenidos en Internet

15.9. Calidad de internet como fuente: estrategias de validación y confirmación
- 15.9.1. Introducción
- 15.9.2. Investigación sobre Internet y las plataformas digitales
- 15.9.3. Búsquedas y exploración en el entorno online
- 15.9.4. Aproximación a la investigación de los formatos digitales: los blogs
- 15.9.5. Aproximación a métodos de investigación de las redes sociales
- 15.9.6. La investigación de los hipervínculos

15.10. Difusión de la actividad investigadora
- 15.10.1. Introducción
- 15.10.2. Tendencias de investigación en comunicación
- 15.10.3. Introducción al panorama contemporáneo de la investigación en comunicación
- 15.10.4. La readaptación de los objetos clásicos de la investigación comunicacional
- 15.10.5. La aparición de los objetos clásicos de la investigación
- 15.10.6. Hacia la interdisciplinariedad y la hibridación metodológica

Módulo 16. El reportaje de televisión

16.1. La industria televisiva. Una aproximación estructural
- 16.1.1. Características principales de la industria televisiva
- 16.1.2. Normativa legal del sector
- 16.1.3. Generación de contenidos. Producción, distribución y emisión
- 16.1.4. Estudio general de medios
- 16.1.5. Modelos de negocio

16.2. Marco regulativo del reportaje de televisión
- 16.2.1. Ley general audiovisual
- 16.2.2. Propiedad intelectual y derecho de autor
- 16.2.3. Limitaciones al derecho de autor
- 16.2.4. Régimen jurídico en reporterismo

16.3. Características del reportaje de Televisión
- 16.3.1. Género. El reportaje
- 16.3.2. Tipología y clasificación
- 16.3.3. Componentes
  - 16.3.3.1. Imágenes
  - 16.3.3.2. Voz en off
  - 16.3.3.3. Entrevistas
  - 16.3.3.4. Sonido ambiente
  - 16.3.3.5. Música
- 16.3.4. Factores claves de éxito del reportaje televisivo

16.4. Requisitos del reportaje
- 16.4.1. Atribución
- 16.4.2. Verificación
- 16.4.3. Balance
- 16.4.4. Imparcialidad
- 16.4.5. Concisión
- 16.4.6. Claridad
- 16.4.7. Interés humano

16.5. Estructura del reportaje
- 16.5.1. Entrada
- 16.5.2. Cuerpo
  - 16.5.2.1. Enfoque
  - 16.5.2.2. Investigación
  - 16.5.2.3. Capacidad selectiva del periodista
  - 16.5.2.4. Dominio de la estructura del reportaje
- 16.5.3. Cierre

16.6. Criterios del reportaje
- 16.6.1. Impacto
- 16.6.2. Oportunidad
- 16.6.3. Preeminencia
- 16.6.4. Proximidad
- 16.6.5. Conflicto
- 16.6.6. Rareza
- 16.6.7. Exclusividad

16.7. Componente humano del reportaje
- 16.7.1. Utilización de temas de interés general
- 16.7.2. Consulta de voces. Apelación a personas y nombres familiares.
- 16.7.3. El reportaje no admite editorializar
- 16.7.4. ¿Qué nos aporta el reportaje de televisión?

16.8. Recursos en el reportaje
- 16.8.1. Documentación de datos
- 16.8.2. Imágenes del evento
- 16.8.3. Declaraciones de testigos
- 16.8.4. Background de la noticia
- 16.8.5. Datos obtenidos de fuentes primarias
- 16.8.6. Datos obtenidos de fuentes secundarias
- 16.8.7. Opiniones den expertos

16.9. Nuevas tendencias del reportaje de televisión
- 16.9.1. Auge del entretenimiento basado en hechos
- 16.9.2. Espectacularización de la información
- 16.9.3. Entretenimiento, evasión y espectacularización de la información. El infoentretenimiento
- 16.9.4. Estructuras comunicativas. El reportaje de televisión como ente comunicador en el proceso de producción de mensajes informativos

16.10. Deontología profesional. Reportaje y ética periodística
- 16.10.1. Deontología profesional y conducta ética en la profesión
- 16.10.2. Ética y responsabilidad comunicativa
- 16.10.3. Autorregulación de la profesión del periodista
- 16.10.4. Responsabilidad social de la información en clave del reportaje de televisión

Módulo 17. Producción de reportajes en televisión

17.1. La producción en televisión
- 17.1.1. Concepto
- 17.1.2. Contexto
- 17.1.3. Herramientas
- 17.1.4. Proceso

17.2. Funciones/roles de la producción en el televisión
- 17.2.1. Productor ejecutivo
- 17.2.2. Diseñador audiovisual
- 17.2.3. Asesor de contenido
- 17.2.4. Pedagogo
- 17.2.5. Guionista
- 17.2.6. Productor
- 17.2.7. Asistente de producción
- 17.2.8. Director de cámaras o realizador
- 17.2.9. Asistente de dirección o realización
- 17.2.10. Director de escena
- 17.2.11. Continuista o Raccord
- 17.2.12. Floor Manager

17.3. Técnicas de Investigación en el reportaje de televisión
- 17.3.1. Guión del reportaje de televisión
- 17.3.2. Marco regulatorio de las técnicas de investigación del reportaje
- 17.3.3. Cámara oculta
- 17.3.4. Montaje
- 17.3.5. Resultado final

17.4. Fuentes de investigación para reportajes de televisión
- 17.4.1. Tipos de fuentes de investigación
- 17.4.2. Tratamiento de fuentes
- 17.4.3. Periodismo audiovisual y fuentes de información
- 17.4.4. El reportaje televisivo en la investigación periodística

17.5. Fases en la elaboración de un reportaje de televisión
- 17.5.1. Fase de preproducción
  - 17.5.1.1. Plantilla de preproducción
  - 17.5.1.2. Previsión de gastos
  - 17.5.1.3. Gestiones previas a la producción
- 17.5.2. Fase de producción
  - 17.5.2.1. Guión definitivo
  - 17.5.2.2. Justificación del enfoque del reportaje
  - 17.5.2.3. Justificación de la estructura del reportaje
  - 17.5.2.4. Justificación de las fuentes seleccionadas
  - 17.5.2.5. Memoria presupuestaria
  - 17.5.2.6. Responsabilidades de los miembros del equipo
- 17.5.3. Fase de posproducción
- 17.5.4. Plan de promoción/emisión

17.6. Guión del reportaje de televisión
- 17.6.1. Objetivos
- 17.6.2. Temas
- 17.6.3. Actualidad
- 17.6.4. Características de un guión
  - 17.6.4.1. Objetividad
  - 17.6.4.2. Creatividad
  - 17.6.4.3. Originalidad
  - 17.6.4.4. Entretenimiento
  - 17.6.4.5. Audiencia

17.7. El equipo de producción
- 17.7.1. ¿Qué se quiere producir?
- 17.7.2. Medios necesarios para iniciar el proyecto
- 17.7.3. Organización de medios
- 17.7.4. Presupuesto del plan de trabajo
- 17.7.5. Realización del trabajo ¿cómo se está llevando a cabo?
- 17.7.6. Valoración de una orientación frente al mercado

17.8. Grabación, edición y posproducción del reportaje
- 17.8.1. Toma de imágenes
- 17.8.2. Iluminación
- 17.8.3. Edición y montaje del reportaje
- 17.8.4. Realización
- 17.8.5. Producción del reportaje

17.9. Reproducción de reportajes de televisión
- 17.9.1. Diseño
- 17.9.2. Gestión
- 17.9.3. Permisos de rodaje
- 17.9.4. Localizaciones
- 17.9.5. Acreditaciones
- 17.9.6. Contactos con entrevistados
- 17.9.7. Búsqueda de documentación
- 17.9.8. El redactor y sus necesidades logísticas
- 17.9.9. Equipo de grabación
- 17.9.10. Gestión de alojamientos
- 17.9.11. Transportes
- 17.9.12. Desplazamientos

17.10. La entrevista televisiva; herramienta esencial para el reportaje de televisión
- 17.10.1. ¿Qué es la entrevista televisiva?
- 17.10.2. Características

17.10.3. Factores que intervienen en el proceso de comunicación en televisión
17.10.3.1. La apariencia personal
17.10.3.2. Lo que decimos (el mensaje)
17.10.3.3. Cómo se transmite el mensaje
17.10.3.4. La locución
17.10.4. Herramientas
17.10.4.1. Argumentario
17.10.4.2. Mensajes, ideas claves
17.10.4.3. Lianas
17.10.4.4. Preguntas y respuestas
17.10.4.5. Las 3 "R"

Módulo 18. Reporterismo de televisión

18.1. Redacción periodística
18.1.1. El reporterismo. Características
18.1.2. Estructura jerárquica y recursos de la redacción en prensa
18.1.3. Convergencia informativa en grupos multimedia
18.1.4. El nuevo periodismo
18.2. Cámara, edición y montaje
18.2.1. Conocimiento del manejo de la cámara
18.2.2. Edición y montaje del reportaje
18.2.3. Proceso secuencial de la información
18.2.4. Técnicas narrativas de imagen y técnicas narrativas textuales
18.3. Técnicas de presentación y expresión frente a la cámara. El directo en televisión.
18.3.1. Técnicas de expresión frente a la cámara
18.3.2. Técnicas de control del aire y de las pausas
18.3.3. El ritmo
18.3.4. La vocalización
18.3.5. La modulación de la voz
18.3.6. Técnicas de respiración
18.4. Presentación
18.4.1. Eficacia en la comunicación
18.4.2. Dominio del lenguaje y la expresión corporal
18.4.3. Coordinación entre la lectura del texto y el lenguaje corporal
18.4.4. Lenguaje conciso, sencillo y breve
18.4.5. Empatía
18.4.6. Ensayos
18.5. Locución
18.5.1. Lectura de textos
18.5.2. Prácticas de articulación
18.5.3. Prácticas de dicción
18.5.4. Respiración
18.5.5. Énfasis
18.5.6. Lectura en voz alta
18.5.7. Técnica de voz en off
18.5.8. Lectura con estilo propio
18.5.9. Locuciones en vivo
18.5.10. Intención
18.5.11. Naturalidad
18.6. Reporterismo televisivo. Preproducción, producción y realización
18.6.1. Praxis del reporterismo de televisión
18.6.2. Búsqueda de documentación para el reportaje
18.6.3. Necesidades técnicas y humanas en el proceso de creación del reportaje
18.6.4. Narrativa periodística audiovisual para lo que se va a decir en directo o en off
18.6.5. Realización del reportaje
18.7. Fotorreporterismo y su tipología
18.7.1. El fotorreportaje
18.7.2. Fotografía informativa
18.7.3. Fotografía testimonial
18.7.4. Ensayo
18.7.5. Foto ilustración

18.8. Ética y deontología en el reporterismo de televisión
- 18.8.1. Respeto a la verdad
- 18.8.2. Verificación y contrastación de fuentes
- 18.8.3. Investigación veraz y crítica de los hechos
- 18.8.4. Objetividad como principal meta a perseguir

18.9. Taller de cámara, edición y montaje
- 18.9.1. Toma de imágenes e iluminación
- 18.9.2. Montaje del reportaje
- 18.9.3. El directo
- 18.9.4. La realización

18.10. Taller de reportaje
- 18.10.1. Pautas para la elección del tema
- 18.10.2. Enfoque
- 18.10.3. La rigurosidad del trabajo con fuentes
- 18.10.4. Verificación de la información
- 18.10.5. La importancia en la selección de la información

Módulo 19. Tendencias de la televisión del futuro

19.1. Predominancia del contenido
- 19.1.1. Actuaciones de la industria multimedia
- 19.1.2. Televisión por Internet
- 19.1.3. Servicios de transmisión en directo
- 19.1.4. Proveedores de publicidad en Internet

19.2. Modelos de monetización
- 19.2.1. Ralentización de los servicios tradicionales de streaming
- 19.2.2. Oportunidades de expansión
- 19.2.3. Mercados extranjeros
- 19.2.4. Licencia de contenidos

19.3. El consumidor de contenidos
- 19.3.1. La audiencia ha sido sustituida por consumidores
- 19.3.2. Contenidos originales
- 19.3.3. Mercado competitivo
- 19.3.4. Motores de recomendación, hiperpersonalización y edición de contenidos

19.4. La Televisión ligada a la ingeniería digital
- 19.4.1. Programación
- 19.4.2. Innovación
- 19.4.3. Servicios digitales
- 19.4.4. Plataformas para el consumo de contenidos

19.5. Big Data y una audiencia cambiante
- 19.5.1. Hábitos de visualización
- 19.5.2. Dificultades de retención de la audiencia
- 19.5.3. Visualización multidispositivo
- 19.5.4. Sistemas CRM

19.6. Televisión predictiva
- 19.6.1. Estadísticas de modelización
- 19.6.2. Minería de datos
- 19.6.3. Consumo reactivo de contenidos
- 19.6.4. Atracción de productos audiovisuales

19.7. El periodismo dron
- 19.7.1. ¿Nuevo género periodístico?
- 19.7.2. Repaso histórico del fenómeno dron
- 19.7.3. Drones e informativos

19.8. El periodismo dron ligado al Periodismo de Investigación o Fotoperiodismo
- 19.8.1. El periodismo de las cosas
- 19.8.2. "La Televisión" en todas partes"
- 19.8.3. Nuevas plataformas para ver televisión
- 19.8.4. Cambio estructural en el modelo de la televisión
- 19.8.5. Nuevas tendencias en los enfoques, interacción e inmersión

19.9. Periodistas influencers
- 19.9.1. Instastars, youtubers, vloggers
- 19.9.2. Estrategia en Redes Sociales
- 19.9.3. Agencias y marcas
- 19.9.4. Relación entre influencer y televisión

19.10. El futuro de la Televisión en Internet
- 19.10.1. Una televisión de calidad en Internet
- 19.10.2. Vídeos de larga duración
- 19.10.3. Redes de banda ancha y móvil
- 19.10.4. 4G y 5G

05

Metodología

Esta capacitación te 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 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.***





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

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

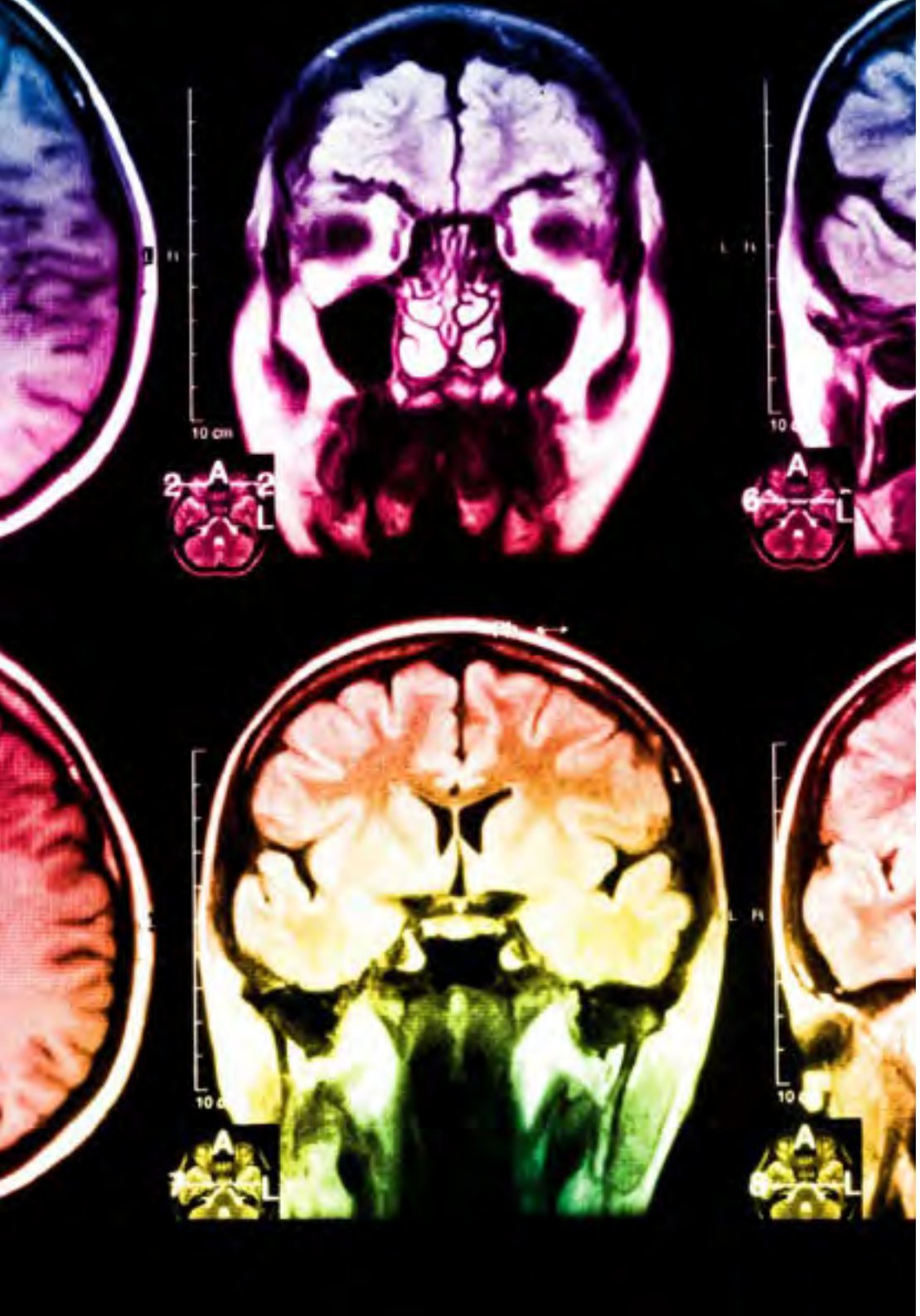
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

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

Material de estudio

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

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

Clases magistrales

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

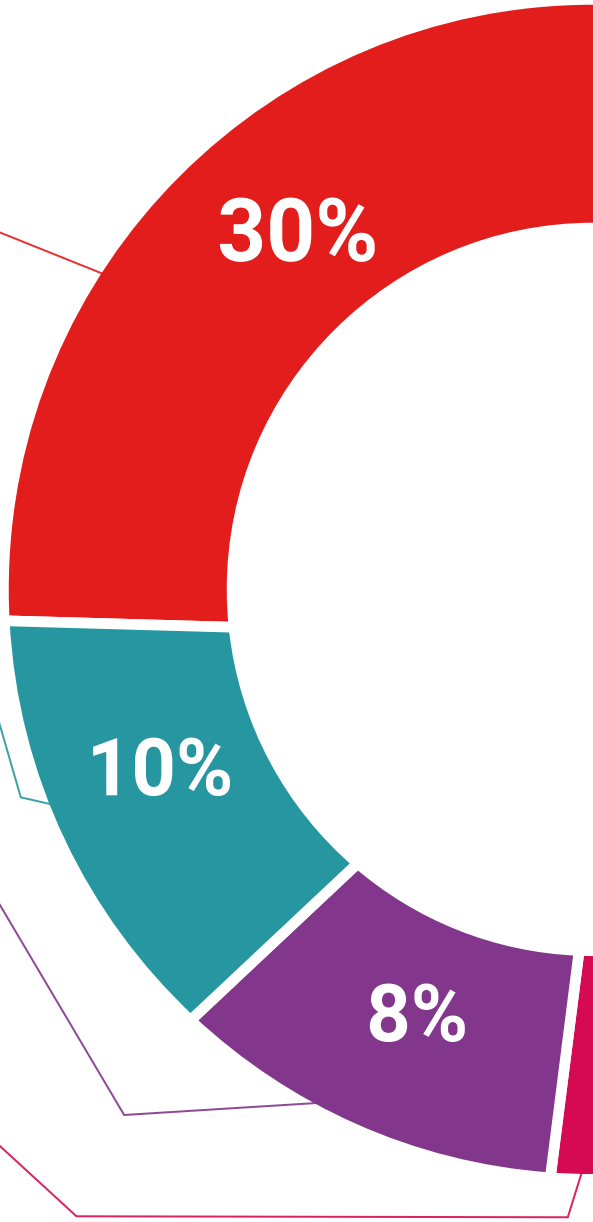
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

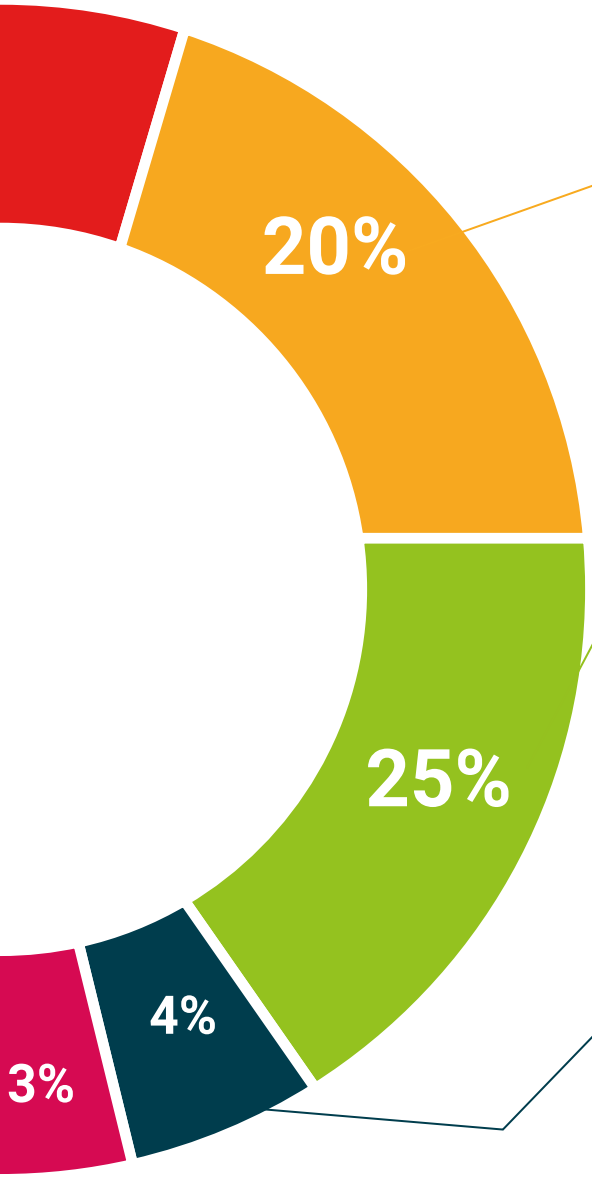
Prácticas de habilidades y competencias

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

Lecturas complementarias

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





Case Studies

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

Resúmenes interactivos

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

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

Testing & Retesting

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

06

Titulación

El Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH - Universidad Tecnológica.





Este título de Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión es el mayor compendio de conocimientos del sector: Una titulación que será un valor añadido de alta cualificación para cualquier profesional de esta área"

Este **Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente título emitido por **TECH - Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH - Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Master, y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión**

Nº Horas Oficiales: **3.000**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

GRAND MASTER

en

Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 3.000 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Periodismo escrito I	160	OB
1º	Periodismo escrito II	160	OB
1º	Documentación informativa	160	OB
1º	Diseño de publicaciones	160	OB
1º	Narrativa audiovisual	160	OB
1º	Comunicación televisiva	160	OB
1º	Periodismo televisivo	160	OB
1º	Comunicación radiofónica	160	OB
1º	Módulo 9, Periodismo radiofónico	160	OB
1º	Periodismo digital y redes sociales	160	OB
1º	Introducción al periodismo de investigación	160	OB
2º	Metodología de la investigación	160	OB
2º	Periodismo de datos. Una aproximación al periodismo de investigación a través de los datos	160	OB
2º	Componente narrativo y discursivo en periodismo de investigación	160	OB
2º	Investigación en medios digitales	160	OB
2º	El reportaje de televisión	160	OB
2º	Producción de reportajes en televisión	160	OB
2º	Reporterismo de televisión	160	OB
2º	Tendencias de la televisión del futuro	160	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*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

Grand Master
Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión

Modalidad: **Online**

Duración: **2 años**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **3.000 h.**

Grand Master

Periodismo Audiovisual y Reporterismo de Televisión



tech universidad tecnológica