Máster Título Propio
Periodismo Económico



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Periodismo Económico

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-periodismo-economico**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Dirección del curso — pág. 18

05 Estructura y contenido — pág. 24

06 Metodología — pág. 34

07 Titulación — pág. 42

01

Presentación

El Periodismo Económico se ha convertido en los últimos años en una de las especialidades de la Comunicación más demandadas en las redacciones de todos los medios, por el alto interés que suscita en las audiencias y por la repercusión, así como el seguimiento que estas noticias especializadas tienen en la opinión pública, ahora más por la pandemia y los efectos del coronavirus. En este programa TECH Universidad Tecnológica ha recogido todos los contenidos que el profesional de este campo necesita dominar para convertirse en periodista económico, sabiendo recoger y transmitir los datos con la capacidad para realizar un adecuado análisis específico, convirtiéndose en un especialista en este campo.



oxígeno»
ectos



50.000 millones de euros el dinero prestado a los diferentes países de la UE, que al final fueron 60.000 millones.

P ¿Qué hará ahora?

R Si se nos pide que aumentemos de nuevo la capacidad de préstamos y obtenemos capital suficiente estamos dispuestos a mantener las aportaciones.

P El BEI ha sido una herramienta clave para impulsar el crecimiento de las diferentes regiones y dinamizar las inver nes en I+D, educación u blica. ¿Acuden las i públicas, empres puertas en e los que la grifo

R

sistema bancario. Hemos mantenido una actividad constante a pesar de todo. Es el principal recep tor de las líneas de financiació antes y a pesar de la crisis ter confianza en que las anunciadas den sus posición de nue en la Unión E tercio de

P ¿

Adquiere la capacidad de trabajar como un especialista en Periodismo Económico, con un Máster Título Propio de alta calidad que te proporcionará las competencias de un profesional de primer nivel"

Las noticias económicas ocupan más espacio informativo en la actualidad. Los informativos de radio y televisión, las portadas de la prensa, los diarios online y las agencias de noticias "abren" casi todos los días sus espacios de noticias o divulgan una última hora con informaciones relativas al Periodismo Económico: datos del desempleo, la subida o bajada del IVA, despidos de las empresas, creación de nuevas oportunidades laborales, etc.

En política, incluso en deportes y en diferentes sectores de la sociedad, sobre todo en el mundo empresarial, encontramos un gran interés por la economía por su trascendencia e influencia. La creación de empleo o los despidos son siempre noticias de interés social, con repercusión y valoración por los partidos políticos, sindicatos, empresarios y los propios trabajadores. Cuando la economía crece existe un "optimismo social", ´por el contrario, con crisis y en declive "la sociedad entra en pesimismo y casi depresión". Son noticias que afectan a nuestro bolsillo en mayor o menor medida y por lo tanto a nuestra calidad de vida.

Para ejercer una comunicación eficiente en este campo, el profesional de Periodismo requiere de una capacitación específica que le permita entender los datos que va a manejar, logrando analizarlos de forma adecuada, creando piezas informativas que incluyan gráficos económicos y otras formas visuales de compilación informativa.

El equipo docente está formado por los mejores profesionales en la comunicación de economía de España y por profesores universitarios especializados, periodistas cualificados en los diferentes medios de comunicación: radio, prensa y televisión, medios especialistas en información de economía y gabinetes de comunicación relacionados con sectores económicos.

Los contenidos que se desarrollan en los módulos analizan el origen del Periodismo Económico, recogen las técnicas más útiles para la obtención de las noticias económicas, sus fuentes y el trabajo del cronista especializado en esta información.

El alumnado podra examinar casos concretos de medios especializados en economía y el seguimiento informativo de las noticias económicas en radio, prensa y televisión. Finalmente, recogerá la terminología económica propia de un periodista económico.

Un recorrido completo e intensivo que te llevará al saber hacer más interesante para el periodista actual.

Este **Máster Título Propio en Periodismo Económico** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- Última tecnología en software de enseñanza online
- Sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- Sistemas de vídeo interactivo de última generación
- Enseñanza apoyada en la telepráctica
- Sistemas de actualización y reciclaje permanente
- Aprendizaje autorregulable: total compatibilidad con otras ocupaciones
- Ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- Grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- Comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- Bancos de documentación complementaria disponibles permanentemente, incluso después del programa

Incluye en tu CV una capacitación específica en Periodismo Económico y da a tu trayectoria profesional un impulso hacia la excelencia"

Un Máster Título Propio apoyado en la mejor tecnología, que te permitirá aprender de manera fluida y eficaz"

Desde la manera de contar hasta las fuentes de información económica que debes manejar: este Máster Título Propio pone a tu servicio todas las herramientas que puedas necesitar.

Con profesores expertos en esta área de trabajo, esta capacitación es una oportunidad única de desarrollo profesional.

El equipo de profesores del Máster Título Propio en Periodismo Económico posee una amplísima experiencia en docencia a nivel universitario, tanto en programas de Grado como de Posgrado. Además, ofrecen al programa su visión como profesionales en activo, lo cual les permite conocer, de primera mano, la profunda transformación que sufre el sector de la comunicación.

La metodología propia de los Másteres que se ofrecen en TECH Universidad Tecnológica, en formato online, permite romper las barreras que imponen las obligaciones laborales y la difícil conciliación con la vida personal. Acceder a la capacitación presencial es prácticamente imposible para quienes se encuentran involucrados en la exigencia laboral diaria. Por ello este Máster Título Propio es la respuesta de calidad a su necesidad de capacitación.

Todo este compendio educativo hace de este programa un título de especialización en Periodismo Económico que compila todos los aspectos que se hacen relevantes e imprescindibles para convertir al profesional del Periodismo en un auténtico experto dentro de los campos relacionados con este tipo de información.



02

Objetivos

El Máster Título Propio en Periodismo Económico está concebido para permitir al profesional de Periodismo desarrollar su carrera en esta área de forma óptima. Para ello se ha desarrollado el imprescindible contenido teórico que le habilitará con los conocimientos y herramientas necesarias para pasar a la práctica, que se desarrollará de forma intensiva a lo largo de todo el curso.





Un proceso de alta capacitación que te permitirá adquirir las rutinas de trabajo necesarias para planificar, conseguir y transmitir la información económica con calidad de experto"

Objetivos generales

- Establecer las bases teóricas para comprender la importancia del Periodismo Económico como una de las vertientes principales del Periodismo especializado
- Aportar las herramientas básicas para comprender la necesidad de la especialización periodística como un valor elemental en la perspectiva de futuro del Periodismo
- Examinar las características de las revistas especializadas como soporte y vehículo de transmisión de información económica y empresarial
- Analizar la importancia de la información económica por su trascendencia pública y su interés para la sociedad
- Analizar las importantes diferencias a las que debe enfrentarse el periodista a la hora de elaborar una información económica atendiendo al medio en el que se vaya a difundir
- Generar conocimiento avanzado para que el periodista especializado en Periodismo Económico pueda elaborar cada uno de los géneros periodísticos de los que se hará uso, mostrando herramientas de trabajo diario
- Mostrar cómo afronta un periódico local y no especializado la temática económica
- Determinar los condicionantes de las noticias económicas, tanto en la elección temática como en la manera de abordarlas
- Mostrar cómo trabaja un corresponsal en la temática económica
- Enseñar cómo se eligen y se tratan las noticias económicas para la prensa extranjera
- Acercar la función del notariado como factor de seguridad jurídica y económica
- Mostrar las funciones propias de un gabinete de prensa de un colegio notarial y su repercusión en la prensa económica
- Examinar el marco socioeconómico en el que se encuentran las actividades deportivas
- Asimilar los distintos modelos de negocio asociados al deporte
- Reconocer cómo la actividad económica del deporte tiene impacto en otros aspectos de la sociedad
- Mejorar la calidad del Periodismo financiero a través de la formación de personas capaces de comprender, analizar, interpretar e informar sobre los procesos financieros que se registran en el país y el mundo
- Analizar y conocer el sector pesquero y sus instituciones para informar en la sección económica de un medio de difusión
- Abordar la terminología específica del sector pesquero en el ámbito de la economía
- Generar conocimiento especializado sobre la difusión de las noticias pesqueras en los medios de comunicación
- Identificar los conceptos relevantes dentro de las principales áreas de conocimiento de la economía y la empresa
- Definir aquella terminología clave que evite la confusión al lector, al especialista en economía y empresa, y establecer las pautas que debe seguir el redactor al presentar las ideas fundamentales
- Profundizar en la especialización en terminología de la economía y la empresa, así como la identificación de las áreas de conocimiento subyacentes y relevantes de las mismas
- Presentar y proponer un glosario actualizado de los términos de economía y de empresa que permitan desarrollar de forma autónoma y especializada la labor correcta de elaboración de textos

Objetivos específicos

Módulo 1. Periodismo Económico

- Aportar las nociones básicas de Periodismo especializado y de Periodismo económico
- Comprender la necesidad de la especialización periodística como herramienta de diferenciación del Periodismo en un contexto de "infoxicación"
- Desarrollar conceptos fundamentales para la comprensión del Periodismo Económico
- Conocer la perspectiva histórica para comprender la situación actual y visualizar la perspectiva de futuro del Periodismo Económico

Módulo 2. El Periodismo Económico en las revistas especializadas

- Responsabilizar al periodista especializado en economía en su labor pedagógica a la hora de exponer y hacer entendible y atractiva la información por parte del público general
- Especializar al Periodista Económico en la elaboración de los distintos géneros periodísticos que tienen cabida en una revista especializada
- Mostrar las ventajas de informar sobre economía en una revista especializada frente a otros medios generales

Módulo 3. El Periodismo Económico en los medios audiovisuales

- Discernir el género periodístico que debe abordar en cada momento y el lenguaje que debe usar en cada uno de ellos
- Determinar cómo elaborar y preparar la información para que sea asequible al público en general haciendo uso de herramientas específicas
- Especializar al alumno al posicionamiento SEO y el uso de las *Keywords* de la información económica

Módulo 4. El Periodismo Económico en un periódico local

- Diferenciar entre una noticia objetiva y una información condicionada
- Mostrar algunas de las rutinas informativas (y vicios) en las noticias económicas
- Analizar hasta qué punto ha influido la cuantificación del lenguaje económico en el Periodismo local
- Acercar al estudiante a una realidad sobre el periodista de temas económicos muy alejada de la visión que se puede mostrar en películas, series y demás obras de ficción
- Facilitar al alumno las herramientas para que se forme un criterio propio sobre las noticias económicas que aparecen en los medios de comunicación local
- Subrayar la traslación de lo macroeconómico a lo microeconómico a través del Periodismo local

Módulo 5. Periodismo de economía y notariado

- Explicar las funciones del notario como funcionario público imparcial que ayuda, asesora y garantiza la seguridad jurídica y económica que necesita la población
- Definir el perfil profesional del periodista de un gabinete de prensa de un colegio profesional que maneja a diario datos económicos
- Describir la importancia que adquieren las nuevas tecnologías en el notariado y el trabajo fundamental del *Community Manager* dentro de la organización
- Enseñar la manera en la que los datos económicos de la estadística notarial se cuelan a diario en la sección de economía de los medios de comunicación
- Exponer cómo el notariado se acerca al consumidor para defender sus derechos en trámites tan habituales como la compra de una vivienda, la firma de un préstamo hipotecario o tramitar una herencia, entre otros

Módulo 6. Periodismo, economía y deporte

- Analizar las distintas formas de estructuración de las sociedades deportivas y cómo se constituyen en principales actores de un negocio macroeconómico
- Examinar la importancia mediática del deporte así como su repercusión social
- Considerar y reflexionar sobre los grandes impactos económicos que generan ciertos eventos deportivos
- Estudiar el nuevo Periodismo deportivo y la importancia que tienen las redes sociales en él

Módulo 7. El Periodismo Económico en banca

- Formar periodistas especializados en temas financieros que puedan comprender y analizar los hechos con rigor
- Mejorar las capacidades de síntesis e interpretación de datos económicos para la elaboración objetiva de la noticia económica
- Entender mejor el sector financiero, su historia, el contexto actual y las palancas comunicativas para poder elaborar una noticia económica
- Mejorar la calidad de la información económica que difunden los medios de comunicación

Módulo 8. Conceptos y terminología de economía y empresa

- Profundizar e identificar la terminología propia de la economía general, macroeconomía y microeconomía, para contextualizar la situación económica actual y su influencia tanto en la sociedad como en las empresas
- Presentar a través de su terminología las organizaciones y las empresas, así como las principales relaciones con su entorno y otras organizaciones
- Identificar el papel de las finanzas, los mercados financieros y la bolsa en la economía actual, así como su relevancia en la sociedad y en las empresas
- Definir a través de su terminología la contabilidad, como instrumento clave en la gestión, en la tributación, en la presentación de estados financieros y la determinación de la rentabilidad empresarial





Módulo 9. El Periodismo Económico en medios extranjeros

- Examinar la cadena de transmisión de la información económica en medios extranjeros, la elección de temas y los límites impuestos
- Mostrar la realidad del trabajo de corresponsal en temas económicos, sus imposiciones, dificultades, retos y obligaciones
- Analizar cómo se van destacando las empresas más relevantes y cómo se efectúa su seguimiento
- Acercar al periodista profesional a los matices del Periodismo Económico para medios extranjeros, desde la macroeconomía hasta la microeconomía, y la importancia de la pedagogía
- Desarrollar las claves del Periodismo Económico de terreno en tiempos de crisis

Módulo 10. El Periodismo Económico y el sector primario. El sector pesquero en la prensa económica

- Analizar la estructura informativa de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores en la prensa económica
- Abordar la estrategia informativa de los gabinetes de prensa del sector pesquero
- Profundizar sobre el trabajo informativo de un periodista especializado en el sector pesquero
- Abordar las noticias pesqueras en las revistas especializadas de economía

Nuestro objetivo es sencillo: ofrecerte un programa de alta calidad, con los recursos docentes más desarrollados para que consigas los mejores resultados con poco esfuerzo"

03

Competencias

El profesional del Periodismo que realice el Máster Título Propio en Periodismo Económico habrá desarrollado un programa que le capacitará para el ejercicio de su profesión en este campo, con la seguridad que le confiere haber sido especializado por un equipo de profesionales con dilatada experiencia en sus campos.





Aprende a trabajar en el área económica como un experto, a través de esta completa capacitación que te permitirá dominar las herramientas y formas de trabajo específicas de este campo"

El profesional, al finalizar este programa académico, será capaz de:

Competencias generales

- Actuar como cronista económico a través de casos teórico-prácticos reales
- Trabajar con seguridad como Periodista de Economía
- Actuar con solvencia como Periodista de Gabinetes de Comunicación

Actualízate en todos los campos de la comunicación periodística en los diferentes campos de la economía con este completo Máster Título Propio que te permitirá dominar todos los nuevo procesos y formas de trabajo"





Competencias específicas

- Manejar el vocabulario propio del Periodismo Económico
- Reconocer las peculiaridades del Periodismo Económico en las revistas especializadas
- Utilizar las herramientas del Periodismo Económico audiovisual
- Actuar como periodista económico en un periódico local
- Analizar el Periodismo Económico en medios extranjeros
- Actuar con solvencia en Periodismo Económico y notariado
- Poseer conocimientos amplios de Periodismo, economía y deporte
- Conocer los entresijos del Periodismo Económico relacionado con el sector primario
- Dominar los conceptos propios de la comunicación empresarial

04

Dirección del curso

El Máster Título Propio en Periodismo Económico es impartido por profesionales del sector, con amplia experiencia en Periodismo y en docencia que tratarán de darle al alumnado una visión actualizada y cercana de la profesión. Por ello, se ha elaborado un programa educativo especialmente enfocado al desarrollo profesional desde una perspectiva totalmente ajustada a la realidad del sector.





Aprende de la mano de expertos en la materia y comienza a moverte en una profesión dinámica y de gran interés"

Dirección



Dr. Ronda Iglesias, Javier

- Periodista responsable de Sucesos y Tribunales en Canal Sur Radio
- Redactor responsable de sucesos y tribunales en Canal Sur Radio
- Presidente de la Gestora de la Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar
- Profesor Asociado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla
- Investigador
- Autor del libro Vecino de Guardia, Tricornio de Guardia y Manual de Periodismo Judicial de la Universidad de Sevilla
- Doctor en Periodismo y Comunicación por la Universidad de Sevilla
- Licenciado en Ciencias de la Información. Universidad de Sevilla
- Estudios de la Licenciatura de Derecho en la Universidad Ouberta de Cataluña
- Recibió la Distinción Soldado de Honor de la UME, Unidad Militar de Emergencias Ministerio de Defensa. Base Morón de la Frontera, Sevilla
- Premio nacional de la Guardia Civil en la modalidad de radio.
- Miembro de: Asociación de Prensa de Sevilla, FAPE, Asociación de Comunicadores e Informadores Jurídicos



Dra. Campra García de Viguera, María de los Ángeles

- Directora y Asesora de Comunicación
- Directora de Comunicación de la Asociación de Jefes y Directivos de la Policía Local de Andalucía, AJDEPLA
- Directora de Comunicación de la Casa de Galicia en Sevilla, Lar Gallego
- Directora de Comunicación de la Clínica Estética GOLDEN
- Directora de Comunicación de la Fundación +21
- Directora de Comunicación de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores
- Asesora de Comunicación de Unixa Abogados y Consultores
- Doctora en Periodismo y Comunicación por la Universidad de Sevilla
- Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Camilo José Cela, Madrid
- Ponente en la UNED de Ceuta como experta en Gabinetes de Comunicación en el Curso de Verano "Imagen y Poder de los Medios de Comunicación"
- Ponente en la UNED de Ceuta como experta en Gabinetes de Comunicación en las Jornadas "Violencia de Género y Medios de Comunicación"

Profesores

Dña. Gimeno Pons, Carolina
- Responsable de Comunicación en el Colegio Notarial de Valencia
- Responsable del departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales del Colegio Notarial de Valencia
- Responsable de Comunicación en Dos Rodes BMW Motorrrad
- Responsable de Comunicación de la Plataforma de Afectados por la Nueva Ley del Taxi
- Directora de Comunicación de Civa Relaciones Públicas
- Periodista de la agencia EFE
- Redactora en Canal 9 RTVV
- Licenciada en Ciencias de la Información: Periodismo por la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia

D. García Latorre, Andrés
- Editor y Coordinador del periódico La Voz de Cádiz
- Reportero en El Correo de Andalucía
- Redactor y locutor en Cadena SER
- Experto Universitario en Community Managment por la Universidad Nacional de Educación a Distancia
- Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla

Dña. Balbontín Valle, Patricia
- Jefa de Redacción de Andalucía Económica
- Coordinadora de la revista Para Vivir Andalucía
- Colaboradora en la empresa Magnum Comunicación, realizando labores de comunicación externa para determinadas empresas
- Redactora en la sección Local del periódico La Voz de Huelva
- Redactora. ABC, Huelva
- Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Sevilla
- Conocimientos en Maquetación con InDesign y manejo del Wordpress

D. Lorenzo Pérez, Adrián
- Especialista en comunicación y relaciones institucionales en CECABANK y CECA
- Consultor de Comunicación en Pulpomatic
- Especialista en comunicación corporativa en BBVA
- Consultor en Sanchis&Asociados
- Redactor en el Faro de Vigo
- Redactor en La Voz de Galicia
- Grado en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Nacional de Educación a Distancia
- Grado en Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela
- Máster en Comunicación Política por la Fundación José Ortega y Gasset
- Máster en Marketing, Consultoría y Comunicación Política en la Universidad de Santiago de Compostela

D. Mateo Martín, Ignacio
- Desarrollador de aplicaciones web en ATOS
- Fundador de la revista digital La Paradinha
- Redactor en ABC de Sevilla en la sección de Economía y en la sección de Andalucía
- Redactor en Europa Press Andalucía
- Redactor en el gabinete de prensa de Agencia de Medio Ambiente y Agua de Andalucía
- Redactor en Estadio Deportivo
- Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web en IES Jacaranda
- Máster Oficial en Relaciones Internacionales por la Universidad Pablo de Olavide en conjunto con la Universidad Internacional de Andalucía



Dña. Chamerois, Aurélie

- Cofundadora y responsable editorial de Equinox
- Corresponsal en España para medios de comunicación franceses com BFM TV, TV5 Monde, RTL y Ouest-France
- Periodista en LN 24, Medi 1, Le JDD, France TV y TV5 Mond
- Colaboraciones puntuales con medios de Suiza, Bélgica y Marruecos
- Periodista para la revista Bons Plans
- Periodista para las emisoras Virgin Radio International Limited y NRJ GROUP
- Licenciada en Civilizaciones e Idiomas anglosajones e hispánicos para Asuntos exteriores por la Universidad de Bourgogne

Dra. Martínez Leyva, Mónica

- Periodista Especializada en Medios Audiovisuales
- Reportera en el Programa Documental Centenarios en Canal Sur TV
- Reportera de Reportajes y Directos para Andalucía Directo en Canal Sur TV
- Especialista en Marketing Digital y Contenidos en Infoautónomos
- Redactora en El Economista
- Doctora en Periodismo y Comunicación por la Universidad de Sevilla
- Máster en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla
- Experto Universitario en Comunicación por la Universidad de Granada

D. Figuereo Benítez, Juan Carlos

- Periodista Especializado en Comunicación Institucional y Política
- Periodista del Departamento de Redacción en GN10 DIGITAL NEWS
- Grado en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla

Dra. Castañeda Taladríz, Margarita

- Responsable de Comunicación y Marca sector financiero
- Responsable de Comunicación y Marca. CECABANK
- Vicesecretaría de Desarrollo de Negocio. COAS
- Market Risk Analyst. Banco Santander
- Credit and Market Risk Analyst. Santander Investment
- Master Classes de Cecabank y mentora en los proyectos de los alumnos de Periodismo y comunicación enmarcados en los Study Abroad de la Universidad Camilo José Cela (Madrid)
- Profesora del Curso de Riesgos de la ESCA (anterior Escuela de Formación Bancaria de Cecabank)
- Doctorado en Economía Cuantitativa por la Universidad Complutense de Madrid
- Licenciada en Economía, rama de Estadística y Econometría, por la Universidad Carlos III de Madrid

Dña. Del Río Álvarez, María Jesús

- Community manager en Cecabank y CECA
- Archivera del Archivo Histórico de CECA
- Bibliotecaria corporativa de Cecabank
- Documentalista y bibliotecaria en Docuteria
- Comisaria de la exposición virtual de CECA 'Aprender a ahorrar'
- Bibliotecaria en instituciones universitarias como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Camilo José Cela o la Universidad CEU San Pablo
- Licenciada en Documentación por la Universidad Complutense de Madrid
- Diplomada en Biblioteconomía y Documentación por la Universidad Complutense de Madrid
- Miembro de:
  Grupo de trabajo del Banco de España sobre 'Archivos Históricos de la Banca'
  Consejo General de Archivos de la Comunidad de Madrid (vocal)



Dña. Elipe Fernández, Carolina
- Miembro del Departamento de Sostenibilidad y Relación con Stakeholders de CECA y Cecabank
- Miembro del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa de CECA
- Colaboradora del Plan de Educación Financiera (Banco de España y CNMV)
- Colaboradora de WSBI-ESBG
- Colaboradora de la revista Ahorro
- Licenciada en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid
- Experta Europea en Responsabilidad Social Empresarial por la Asociación Española de Calidad

Dña. González Morales, Cristina
- Redactora y reportera en Televisión Canaria
- Reportera en Informativos Telecinco
- Redactora y reportera en Televisión Canaria
- Redactora y locutora en Canarias Radio La Autonómica
- Graduada en Periodismo y Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla

Dña. Pérez Sigüenza, Marta
- Supply Chain Operations en Airbus Crisa
- Composite Materials Procurement en Airbus
- Especialista en compras en Tramas+
- Profesora en la Universidad Pablo de Olavide
- Doctora en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales por la Universidad de Sevilla
- Doble grado en Negocios y Leyes por la Universidad Pablo de Olavide
- MBA por la Universidad de Málaga
- Máster en Innovación y Toma de Decisiones por la Universidad de Alcalá

Dra. Sánchez-Gey, Nuria
- Directora de Proyecto y Responsable de Comunicación en Fundación José Manuel Lara
- Periodista, Redactora y Reportera de Actualidad para Informativos Telecinco
- Profesora del Grado en Comunicación y del Grado en Comunicación Digital, en el Centro Universitario San Isidoro
- Profesora en el Máster de Periodismo Deportivo, en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla
- Profesora en la Escuela de Reportero de Andalucía
- Doctora en Comunicación. Doctorado Interuniversitario en Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, en la línea de Periodismo
- Licenciada en Comunicación, Rama Periodismo, por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla
- Diploma de Estudios Avanzados en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- Estancia Internacional en Comunicación en la Universidad de Lagos, en Portugal

Dña. González Martínez, Mónica
- Técnico de Comunicación Interna, Transformación Digital y Marca: CECABANK y CECA
- Técnico de Comunicación Interna, Transformación Digitaly Marca: CECABANK y CECA (Madrid)
- Controller Senior Riesgo Crédito, Confederación Española de Cajas de Ahora
- Back Office Derivados OTC y Colaterales en Confederación Española de Cajas de Ahora
- Back Office Derivados OTC en GEOBAN
- Licenciada en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma de Madrid
- Máster Executive en Gestión de Riesgos Financieros del Instituto BME

05

Estructura y contenido

Los contenidos de esta capacitación han sido desarrollados por los diferentes profesores de este Máster Título Propio con una finalidad clara: conseguir que el alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en Periodismo Económico. Un compendio amplio que les permitirá aprender todos los aspectos de las diferentes disciplinas implicadas en esta área, con la calidad de un programa muy bien estructurado que les llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.





Un completísimo programa docente, estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, orientadas a un aprendizaje eficaz y rápido, compatible con tu vida personal y profesional”

Módulo 1. Periodismo Económico

1.1. Panorama actual del Periodismo Económico
- 1.1.1. Condicionantes estructurales
- 1.1.2. Rutinas laborales
- 1.1.3. Entorno tecnológico

1.2. Conceptos importantes de Periodismo Económico
- 1.2.1. ¿Qué es el Periodismo especializado?
- 1.2.2. Ramas del Periodismo especializado
- 1.2.3. El Periodismo Económico

1.3. Origen de la especialización periodística. El Periodismo Económico
- 1.3.1. Saturación mediática de la información generalista
- 1.3.2. Crisis de lectores de la prensa escrita
- 1.3.3. Fragmentación de la audiencia de masas

1.4. Aparición de publicaciones especializadas
- 1.4.1. Perspectiva histórica
- 1.4.2. Principales cabeceras
- 1.4.3. Incorporación de los especialistas a las redacciones generalistas

1.5. Nuevas funciones de los medios de comunicación tradicionales
- 1.5.1. La información de calidad
- 1.5.2. Los medios de referencia
- 1.5.3. *Slow Journalism*

1.6. Capacidad de la información periodística para transmitir el conocimiento especializado

1.7. Niveles de especialización en la Prensa Económica
- 1.7.1. Periodismo Económico en publicaciones generalistas
- 1.7.2. Prensa especializada
- 1.7.3. Periodismo Económico en radio y televisión

1.8. El ejercicio del Periodismo Económico
- 1.8.1. Principales géneros periodísticos
- 1.8.2. Publicaciones de referencia en Periodismo Económico en el mundo
- 1.8.3. Publicaciones de referencia en Periodismo Económico en España

1.9. Dificultades de comunicación entre periodistas y especialistas. Cambio de roles en la relación con las fuentes de información
- 1.9.1. Tipología de las fuentes de información
- 1.9.2. Fuentes primarias para el Periodismo Económico
- 1.9.3. La relación con los gabinetes de comunicación

1.10. Perspectivas de futuro del Periodismo Económico
- 1.10.1. El mercado de la información
- 1.10.2. Necesidad de especialización
- 1.10.3. Las oportunidades laborales

Módulo 2. El Periodismo Económico en las revistas especializadas

2.1. La información económica en revistas especializadas
- 2.1.1. Boom de la información económica y empresarial: función del Periodismo Económico
- 2.1.2. ¿Qué son las revistas especializadas: clasificación?
- 2.1.3. Principales revistas de carácter económico y empresarial en España

2.2. Tratamiento de la información económica en una revista especializada
- 2.2.1. ¿Cuáles son los principales temas de interés?
- 2.2.2. Estructura de la información: reportajes, entrevistas, noticias y tribunas/firmas
- 2.2.3. Claves en el uso de términos económicos y recursos gráficos

2.3. Cómo elaborar una información económica para su difusión en una revista especializada
- 2.3.1. Reportajes
- 2.3.2. Entrevistas: preguntas claves
- 2.3.3. Noticias de mayor impacto

2.4. Revista especializada vs. Medios generalistas y digitales
- 2.4.1. Ventajas e incovenientes en el tratamiento de la información
- 2.4.2. Claves para la supervivencia del papel en la era digital
- 2.4.3. Fidelización y captación de nuevos lectores

2.5. Fuentes principales del Periodismo Económico
- 2.5.1. Administraciones públicas
- 2.5.2. Cámaras de comercio
- 2.5.3. Empresas y asociaciones

2.6. Sectores económicos en la prensa especializada
- 2.6.1. Sector primario
- 2.6.2. Industria
- 2.6.3. Servicios

2.7. Relación de las empresas con las revistas especializadas de Economía
- 2.7.1. Por qué las empresas necesitan comunicar
- 2.7.2. Ventajas de la comunicación empresarial
- 2.7.3. ¿Qué tipo de información les interesa comunicar a las empresas?

2.8. Cómo afectan los distintos ciclos económicos a las revistas especializadas de Economía
- 2.8.1. Impacto en la publicidad
- 2.8.2. Impacto en la información
- 2.8.3. Recursos para sobrevivir en épocas de crisis

2.9. Cómo funciona la revista especializada en Periodismo Económico
- 2.9.1. *Staff* y funciones de la plantilla
- 2.9.2. Perfil del medio y público objetivo
- 2.9.3. Temas de interés

2.10. Actividades complementarias y *Networking*
- 2.10.1. Premios
- 2.10.2. Mesas de redacción y jornadas
- 2.10.3. Monográficos

Módulo 3. El Periodismo Económico en los medios audiovisuales

3.1. La información económica en los diferentes medios audiovisuales
- 3.1.1. La información económica en televisión, radio e Internet
- 3.1.2. Formatos y claves en el uso del lenguaje
- 3.1.3. Qué noticias económicas son de interés
- 3.1.4. Bibliografía y "webgrafía"

3.2. La información económica en televisión: el informativo
- 3.2.1. Noticias en los informativos
- 3.2.2. Directos en los informativos
- 3.2.3. Bibliografía y "webgrafía"

3.3. La información económica en televisión: el magacín
- 3.3.1. Reportajes en el programa magacín
- 3.3.2. Directos en el programa magacín
- 3.3.3. Directo
- 3.3.4. Directo con entrevista
- 3.3.5. Bibliografía y "webgrafía"

3.4. Otros formatos para informar sobre economía en televisión
- 3.4.1. Reportaje en profundidad
- 3.4.2. Colas
- 3.4.3. Colas + Total
- 3.4.4. Batería de totales
- 3.4.5. Bibliografía y "webgrafía"

3.5. Presencia de la información económica en radio
- 3.5.1. Medios y programas de referencia
- 3.5.2. Cómo se elabora la pieza sobre información económica para la radio
- 3.5.3. La importancia de una correcta locución
- 3.5.4. Bibliografía y "webgrafía"

3.6. El Periodismo Económico en internet
- 3.6.1. Portales financieros y diarios digitales especializados
- 3.6.2. La redacción de la noticia económica en un medio online
- 3.6.3. Bibliografía y "webgrafía"

3.7. El Periodismo Económico al servicio de las empresas
- 3.7.1. El Marketing de contenidos y las páginas especializadas
- 3.7.2. El caso de Infoautónomos
- 3.7.3. La información económica y el *Branded Content*: *Webinars* y *e-Books*
- 3.7.4. Bibliografía y "webgrafía"

3.8. La redacción de la información económica según SEO
- 3.8.1. La importancia de las *Keywords*
- 3.8.2. Herramientas que te harán la vida más fácil
- 3.8.3. Bibliografía y "webgrafía"

3.9. El turismo como motor de la información económica I
- 3.9.1. Datos y cifras que demuestran su estrecha vinculación
- 3.9.2. Qué datos del sector llegan a los medios audiovisuales
- 3.9.3. Cómo se transmite la información económica que procede del sector turístico
- 3.9.4. Bibliografía y "webgrafía"

3.10. El turismo como motor de la información económica II
- 3.10.1. El monumento de La Alhambra como generador de información económica
- 3.10.2. Sierra Nevada y sus cifras
- 3.10.3. Bibliografía y "webgrafía"

Módulo 4. El Periodismo Económico en un periódico local

4.1. Economía en un medio local
- 4.1.1. ¿Qué información económica interesa en un periódico local?
- 4.1.2. El problema del interés: ser preciso y ser accesible
- 4.1.3. ¿Qué peso tiene la información económica en un periódico local?

4.2. El periodista de economía en un medio local
- 4.2.1. ¿Quién se encarga de elaborar la información económica?
- 4.2.2. Las ventajas del periodista local en el campo de la economía
- 4.2.3. Las amenazas del periodista local

4.3. El Periodismo local en las crisis
- 4.3.1. ¿Qué consideramos una crisis y cómo condiciona la información?
- 4.3.2. La crisis económica de 2008
- 4.3.3. La COVID-19 y su difusión

4.4. Los eventos locales y la economía
- 4.4.1. La economía para medir el éxito de un evento
- 4.4.2. Carnaval de Cádiz como ejemplo de economía de fiestas
- 4.4.3. La Motorada, cuando la economía supera al evento

4.5. Los conflictos laborales y repercusión mediática en prensa económica
- 4.5.1. Las movilizaciones obreras
- 4.5.2. Los despidos
- 4.5.3. La posición del periodista



4.6. Relación del periodista con las empresas
- 4.6.1. Anunciantes y 'contra-anunciantes'
- 4.6.2. Interés de la empresa contra el interés del lector
- 4.6.3. Los gabinetes vuelven a condicionar

4.7. Grandes empresas y su reflejo en la sección de prensa económica
- 4.7.1. ¿Qué hace grande a una empresa?
- 4.7.2 Navantia, histórica del sector
- 4.7.3. Airbus, la esperanza

4.8. Interlocutores económicos en el Periodismo local
- 4.8.1. Empresarios
- 4.8.2. Sindicatos
- 4.8.3. Políticos

4.9. El paro. Información vs. Propaganda
- 4.9.1. Cifras e historias en la prensa local
- 4.9.2. La importancia del contexto
- 4.9.3. La información contra la propaganda

4.10. La Economía en un periódico fuera del periódico
- 4.10.1. Los suplementos como alternativa
- 4.10.2. Los eventos
- 4.10.3. Estar en un periódico sin aparecer

Módulo 5. Periodismo de economía y notariado

5.1. La actividad notarial como garantía de seguridad jurídica y económica
- 5.1.1. El notariado como servicio público y garante de la legalidad en el tráfico jurídico extrajudicial
- 5.1.2. Fe pública y seguridad jurídica preventiva en los trámites económicos
- 5.1.3. Prevención contra el blanqueo de capitales y lucha contra el fraude fiscal con el Órgano Centralizado de Prevención del Blanqueo del Notariado

5.2. Día a día en el gabinete de prensa de un Colegio Notarial. Tratamiento y difusión de la información económica
- 5.2.1. Introducción y organización
- 5.2.2. Elaboración y gestión de contenidos
- 5.2.3. Tratamiento y difusión de la información económica

5.3. La importancia de las nuevas tecnologías en el notariado en la sección de economía
- 5.3.1. Nuevo portal digital del ciudadano y firma electrónica
- 5.3.2. Departamento de social media y uso profesional de las redes sociales
- 5.3.3. Mantenimiento de contenidos de la página web

5.4. Relación con la prensa. Noticias de notariado en la sección de economía
- 5.4.1. Notas de prensa, ruedas de prensa y gestión de entrevistas en medios
- 5.4.2. Noticias del notariado en la sección de economía
- 5.4.3. Información en medios de comunicación especializados en economía

5.5. Datos notariales que interesan en las secciones de economía de los Medios de Comunicación (MMC):
- 5.5.1. Compraventa de inmuebles
- 5.5.2. Préstamos hipotecarios
- 5.5.3. Constitución de sociedades

5.6. Tratamiento especial a los datos de compraventa de viviendas por parte de extranjeros en la sección de economía
- 5.6.1. Reportajes sobre la evolución de las compraventas de viviendas por parte de ciudadanos extranjeros
- 5.6.2. Interés de los Medios de Comunicación (MMC) hacia el *Brexit* y sus consecuencias

5.7. La Ley de Contratos de Crédito Inmobiliario. Conceptos clave para el Periodista Económico I
- 5.7.1. Puntos fundamentales de la Ley 5/2019 de 15 de marzo, de Contratos de Crédito Inmobiliario y libre elección del notario
- 5.7.2. La protección al consumidor y el papel notarial en la fase precontractual de los préstamos hipotecarios
- 5.7.3. ¿Cómo ayuda el notario a los ciudadanos en la compra de una vivienda?

5.8. El notario en la constitución y evolución de una empresa. Conceptos clave para el Periodista Económico II
- 5.8.1. El notario ofrece asesoramiento jurídico imparcial y gratuito
- 5.8.2. Constitución de una sociedad en menos de 24 h
- 5.8.3. Situaciones empresariales donde es importante la ayuda de un notario

5.9. Economía y notariado en congresos y conferencias. La sección de economía I
- 5.9.1. Contacto directo con Asociaciones de Consumidores para impartir charlas de interés general sobre compraventas, préstamos hipotecarios, herencias, etc
- 5.9.2. Colaboración notarial en libros de materia económica y de derecho mercantil, así como en foros y seminarios
- 5.9.3. Convenios con universidades y colaboración con instituciones

5.10. Situaciones de crisis y actividad notarial. La sección de economía II
- 5.10.1. Gabinete de crisis
- 5.10.2. El boom urbanístico y la crisis de 2008
- 5.10.3. La actividad notarial durante el estado de alarma frente al COVID-19

Módulo 6. Periodismo, economía y deporte

6.1. Deporte profesional, deporte amateur y deporte electrónico. Un negocio Macroeconómico
- 6.1.1. El deporte profesional, un negocio macroeconómico. Los fichajes y las comisiones
- 6.1.2. El interés mediático en el deporte amateur: el caso del fútbol femenino
- 6.1.3. El fenómeno de los e-Sports

6.2. Diferentes modelos de sociedades deportivas. Los imperios deportivos
- 6.2.1. Las sociedades deportivas. El valor del socio
- 6.2.2. Las sociedades anónimas deportivas. Los nuevos inversores, la notoriedad social
- 6.2.3. Las franquicias norteamericanas (NBA, MLB, NFL y NHL) y los 'imperios' deportivos (Red Bull, City Football Group, Pozzo, Duchatelet, etc.)

6.3. Deporte como espectáculo de masas y socialización. El deporte en la prensa económica I
- 6.3.1. Los deportes ya ignoran las fronteras: NBA, fútbol americano (*Superbowl*)
  - 6.3.1.1. Ruptura de horarios: el seguimiento de madrugada (América) abre otra puerta
- 6.3.2. El fenómeno de los "estadios-museos"
- 6.3.3. El COVID-19 enfría la industria del deporte

6.4. La idolatría vende. El deporte en la prensa económica II
- 6.4.1. Referentes para consumidores permeables: niños, adolescentes y jóvenes
- 6.4.2. Héroes sin fronteras: la globalización expande la captación de admiradores
- 6.4.3. Las estrellas, polos fundamentales en la venta de derechos televisivos

6.5. El deporte como pilar de las audiencias televisivas. El deporte en la prensa Económica III
- 6.5.1. La fuerza del directo, de la emoción y de la masa enardecida
- 6.5.2. Un señuelo clave para implantar las plataformas de pago
- 6.5.3. Adiós al carrusel. Horarios extraños para el aficionado local

6.6. Los patrocinadores: *'Quid pro quo'*
- 6.6.1. Las casas de apuestas, ese mal necesario para los clubes
- 6.6.2. El conflicto moral de las casas de apuestas y los medios
- 6.6.3. Los patrocinadores locales, básicos para la supervivencia del deporte amateur. El compromiso moral del periodista local

6.7. Los grandes impactos deportivos en la economía global y en la prensa económica
- 6.7.1. Juegos Olímpicos y mundiales de fútbol como turbinas económicas. El caso de Barcelona 92
- 6.7.2. La Liga de Campeones como fuente de riqueza y potenciación turística
- 6.7.3. Las leyes Bosman y Simutenkov. Paraísos fiscales y particularidades en la tributación fiscal

6.8. El seguimiento mediático moldea los nuevos formatos. Rentabilidad económica y prensa
- 6.8.1. Liga de Campeones, Liga Europea, Copa Libertadores, ¿Superliga europea?
- 6.8.2. La adaptación de los deportes en búsqueda de la rentabilidad económica. La Copa Davis reinventada
- 6.8.3. La Nations League y el adiós a los amistosos de selecciones

6.9. El *'Clickbait'* gira el foco para buscar rentabilidad
- 6.9.1. Cuando el deporte deja de ser deporte en los medios
- 6.9.2. El peligro de la sobreexposición en redes sociales
- 6.9.3. La potencialidad comercial del lado 'humano' del ídolo

6.10. La reinvención estilística del Periodismo deportivo para captar audiencias. Repercusión en prensa económica
- 6.10.1. El receptor resabiado: jugar a ser 'periodistas'
- 6.10.2. Ex deportistas como focos para atraer audiencia
- 6.10.3. El nuevo lenguaje deportivo del formato digital

Módulo 7. El Periodismo Económico en banca

7.1. El sector ahorro a través de la historia de CECA
- 7.1.1. Los orígenes en 1928
- 7.1.2. La época de expansión
- 7.1.3. La reestructuración del sector

7.2. La importancia de la regulación
- 7.2.1. Por qué un sector regulado
- 7.2.2. Organismos que nos regulan
- 7.2.3. Impacto de la regulación en la actividad

7.3. Obra Social. Nuestra seña de identidad
- 7.3.1. Qué es y cómo se difunde
- 7.3.2. Principales cifras y actores
- 7.3.3. Acciones destacadas

7.4. Educación financiera. Una competencia necesaria en 2021
- 7.4.1. Importancia de la educación financiera en la sociedad
- 7.4.2. Actores y acciones principales
- 7.4.3. Cifras destacadas

7.5. Web de la asociación. Un canal prioritario
- 7.5.1. Estructura de la web
- 7.5.2. Diseño de la web
- 7.5.3. Generar tráfico a la web

7.6. Redes sociales: elemento fundamental para la comunicación digital de una asociación
- 7.6.1. Las asociaciones en las redes sociales
- 7.6.2. Estrategias de comunicación de las asociaciones en las redes sociales
- 7.6.3. Los perfiles de la asociación CECA en las redes sociales

7.7. Emisión de una nota de prensa
- 7.7.1. Hecho noticiable
- 7.7.2. Selección de medios y envío de la nota
- 7.7.3. Medición del impacto

7.8. *Briefing* con periodistas: difusión de un informe sectorial
- 7.8.1. Extracción de mensajes principales
- 7.8.2. Selección de formato de difusión
- 7.8.3. Convocatoria a medios
- 7.8.4. Medición del impacto

7.9. Cómo hacer una campaña de contenido patrocinado
- 7.9.1. Mensajes a trasladar. Importancia de la narrativa
- 7.9.2. Selección de público objetivo y medio
- 7.9.3. Medición del impacto

7.10. Cómo conectar con nuevos segmentos de clientes
- 7.10.1. Evento con *Influencers*
- 7.10.2. Evento con jóvenes

Módulo 8. Conceptos y terminología de economía y empresa

8.1. Economía general para periodistas económicos I
- 8.1.1. Macroeconomía
- 8.1.2. Microeconomía
- 8.1.3. Economía internacional

8.2. Economía y estructura del mercado. Economía general para periodistas económicos II
- 8.2.1. Compradores y demanda
- 8.2.2. Vendedores y oferta
- 8.2.3. Redes y otras estructuras

8.3. Organizaciones, empresas y sociedades. Fuentes informativas del Periodismo Económico I
- 8.3.1. Organización como entidad
- 8.3.2. Empresa, marca y entorno
- 8.3.3. Formas jurídicas de las empresas

8.4. Otras estructuras organizativas como fuentes informativas para el periodista económico II
- 8.4.1. Grupos empresariales
- 8.4.2. Fundaciones
- 8.4.3. Cadenas de valor

8.5. Empresa y estrategia. Conceptos clave en Periodismo Económico I
- 8.5.1. Planificación y estrategia
- 8.5.2. Estrategias genéricas y tradicionales
- 8.5.3. Nuevas estrategias de la empresa

8.6. Mercados y finanzas. Conceptos clave en Periodismo Económico II
- 8.6.1. Mercado bursátil y cotizaciones
- 8.6.2. Análisis fundamental y análisis técnico
- 8.6.3. Futuros, opciones y otros derivados financieros
- 8.6.4. Mercados Financieros Internacionales

8.7. Dirección financiera I
- 8.7.1. Fuentes de financiación
- 8.7.2. Estructura financiera empresarial
- 8.7.3. Fincabilidad, solvencia y liquidez
- 8.7.4. Cobros y pagos

8.8. Contabilidad y empresa: contabilidad financiera y los datos informativos II
- 8.8.1. Plan General de Contabilidad
- 8.8.2. Estructura contable
- 8.8.3. Cuadro de cuentas

8.9. Contabilidad y empresa: contabilidad interna y la noticia económica III
- 8.9.1. Contabilidad interna
- 8.9.2. Cálculo del valor
- 8.9.3. Gestión de Inventarios
- 8.9.4. Estructuras de costes
- 8.9.5. Análisis del punto de equilibrio

8.10. Terminología clave para periodistas económicos
- 8.10.1. Introducción
- 8.10.2. Confusiones frecuentes
- 8.10.3. Glosario de términos

Módulo 9. El Periodismo Económico en medios extranjeros

9.1. Información económica en medios extranjeros
- 9.1.1. ¿Qué información económica interesa al extranjero?
- 9.1.2. ¿Qué peso tiene la información económica extranjera?
- 9.1.3. La importancia de la conexión con la economía local

9.2. El corresponsal y el Periodismo Económico extranjero
- 9.2.1. El trabajo de corresponsal en el ámbito económico
  - 9.2.1.1. Las agencias de noticias
  - 9.2.1.2. Los retos del corresponsal en el ámbito económico

9.3. La necesidad del contexto para la elaboración de noticias económicas extranjeras
- 9.3.1. Nivel de vida y mercado laboral
- 9.3.2. Los datos económicos de referencia
- 9.3.3. España en Europa

9.4. La evolución del Periodismo Económico en los medios extranjeros desde el 2000
- 9.4.1. El "milagro" económico
  - 9.4.1.1. La crisis económica
  - 9.4.1.2. El COVID-19

9.5. Las grandes empresas y presencia mediática en las noticias económicas extranjeras
- 9.5.1. Las empresas españolas más seguidas
  - 9.5.1.1. Las empresas francesas presentes en España
  - 9.5.1.2. *El Startup Hub* de Barcelona

9.6. La búsqueda de nuevos modelos y difusión en medios extranjeros
- 9.6.1. España, modelo de innovación
- 9.6.2. El turismo, motor económico de España
- 9.6.3. La importancia de la familia, amortiguador de las crisis

9.7. Cuando la economía explica lo político. Difusión en medios extranjeros
- 9.7.1. La crisis económica y su lectura política
- 9.7.2. El sistema territorial español y los poderes de las CCAA
- 9.7.3. El conflicto catalán

9.8. Los fallos del sistema e influencia mediática en prensa extranjera
- 9.8.1. La economía sumergida
- 9.8.2. Corrupción y puertas giratorias
- 9.8.3. El caso de los retrasos de las ayudas durante la crisis del COVID-19

9.9. Los interlocutores como fuentes informativas del Periodismo Económico
- 9.9.1. Administraciones
- 9.9.2. Empresas
- 9.9.3. Sindicatos

9.10. Las herramientas en la información económica para medios extranjeros
- 9.10.1. La red de contactos
- 9.10.2. La información económica nacional y local
- 9.10.3. La vida cotidiana

Módulo 10. El Periodismo Económico y el sector primario. El sector pesquero en la prensa económica

10.1. Economía circular y medios de comunicación
- 10.1.1. Concepto de información económica
- 10.1.2. Economía circular
- 10.1.3. Promover la economía circular

10.2. La pesca, economía y comunicación en prensa económica
- 10.2.1. Impacto socioeconómico del sector pesquero
- 10.2.2. Preocupación social por los recursos naturales
- 10.2.3. Pesca sostenible
- 10.2.4. Basura marina
- 10.2.5. Difusión para la concienciación social

10.3. Organizaciones pesqueras y su relación con la prensa económica
- 10.3.1. Los Grupos de Acción Local del Sector Pesquero (GALP)
- 10.3.2. La Federación Nacional de Cofradías de Pescadores (FNCP)
- 10.3.3. Confederación Española de Pesca (CEPESCA)

10.4. Federación Nacional de Cofradías de Pescadores (FNCP). Herramientas de difusión en prensa económica
- 10.4.1. Creación de un gabinete de comunicación
- 10.4.2. Estrategia informativa
- 10.4.3. Medios y herramientas de difusión

10.5. El sector pesquero en tiempos de pandemia. Difusión en la sección de economía
- 10.5.1. Sector de primera necesidad
- 10.5.2. EPI y medidas de seguridad
- 10.5.3. Impacto mediático

10.6. Productos pesqueros y salud. Difusión en la sección de economía
- 10.6.1. Difusión y promoción de los productos pesqueros
- 10.6.2. Influencia de las noticias en las tendencias sociales
- 10.6.3. Proyectos y subvenciones

10.7. Noticias del sector pesquero en las revistas especializadas de economía
- 10.7.1. Introducción
- 10.7.2. Revista Ruta Pesquera
- 10.7.3. Revista Mar

10.8. Noticias del sector pesquero en la prensa económica
- 10.8.1. Prensa
- 10.8.2. Radio
- 10.8.3. Televisión

10.9. Las noticias de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores de España en la prensa económica
- 10.9.1. Temas informativos
- 10.9.2. Presencia mediática en la radio y televisión
- 10.9.3. Impacto en la prensa y prensa digital

10.10. Terminología pesquera para periodistas económicos
- 10.10.1. Lenguaje especializado
- 10.10.2. Algunos ejemplos de noticias del sector pesquero con terminología especializada
- 10.10.3. Terminología

Un programa completo que te llevará a través de los conocimientos necesarios, para competir entre los mejores”

06

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.***





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"

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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"



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



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

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

> *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"*

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

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

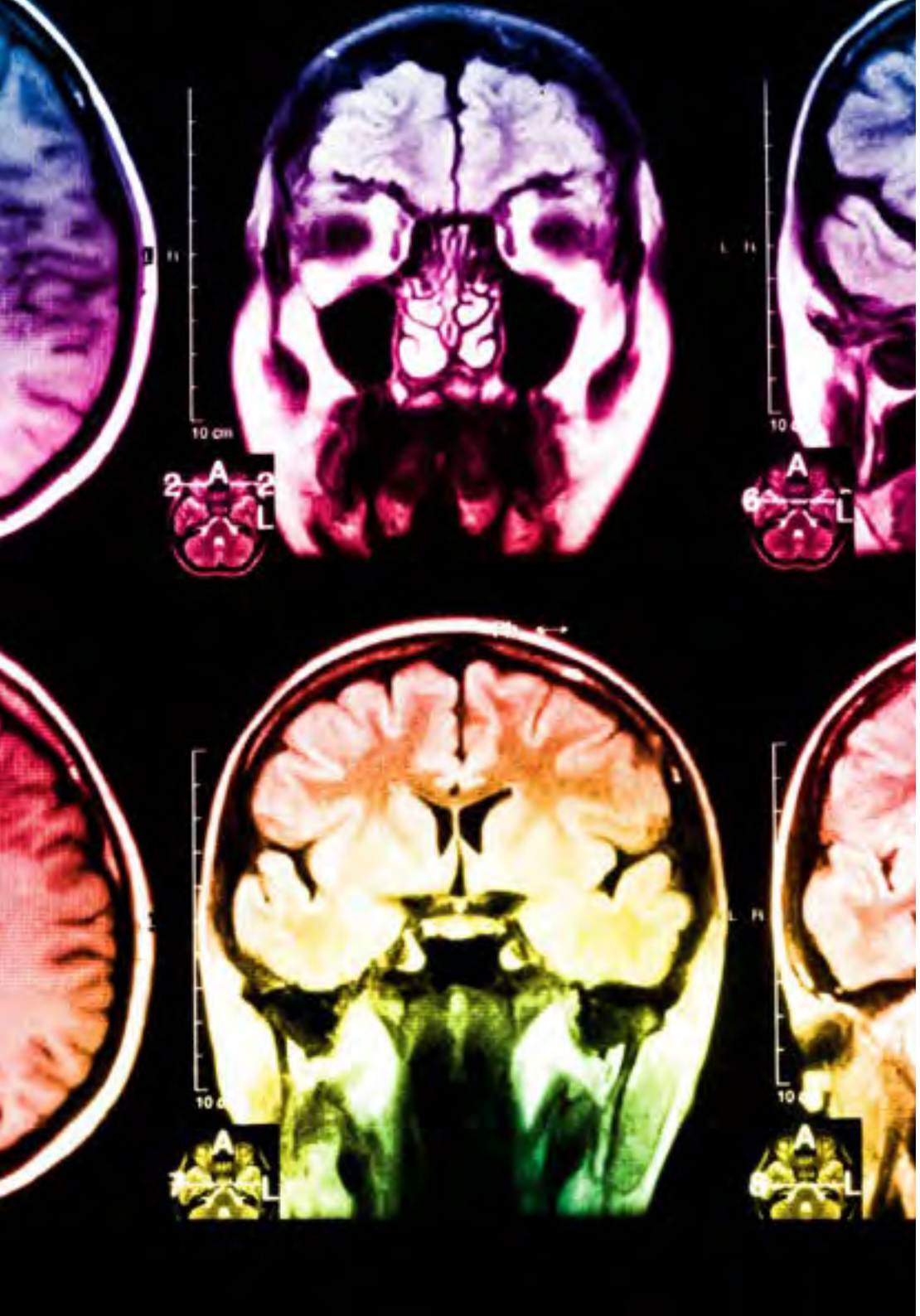
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

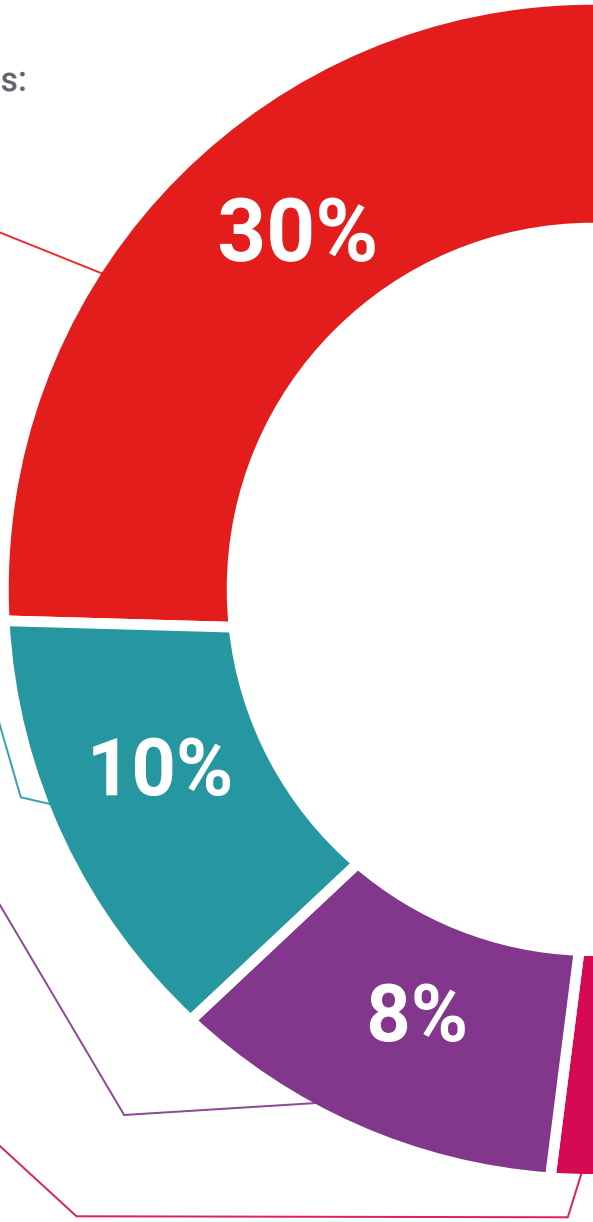
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

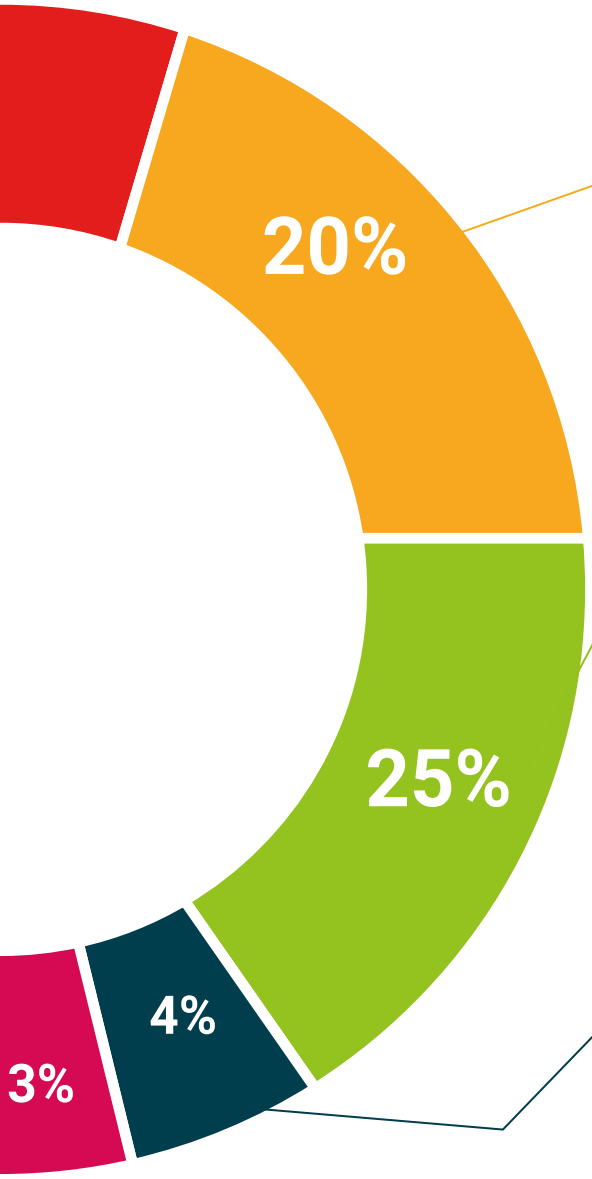
Prácticas de habilidades y competencias

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 casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. 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.

07

Titulación

El Máster Título Propio en Periodismo Económico garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Máster Título Propio en Periodismo Económico** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluacion, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Máster Título Propio en Periodismo Económico**

Nº Horas Oficiales: **1.500 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

Periodismo Económico

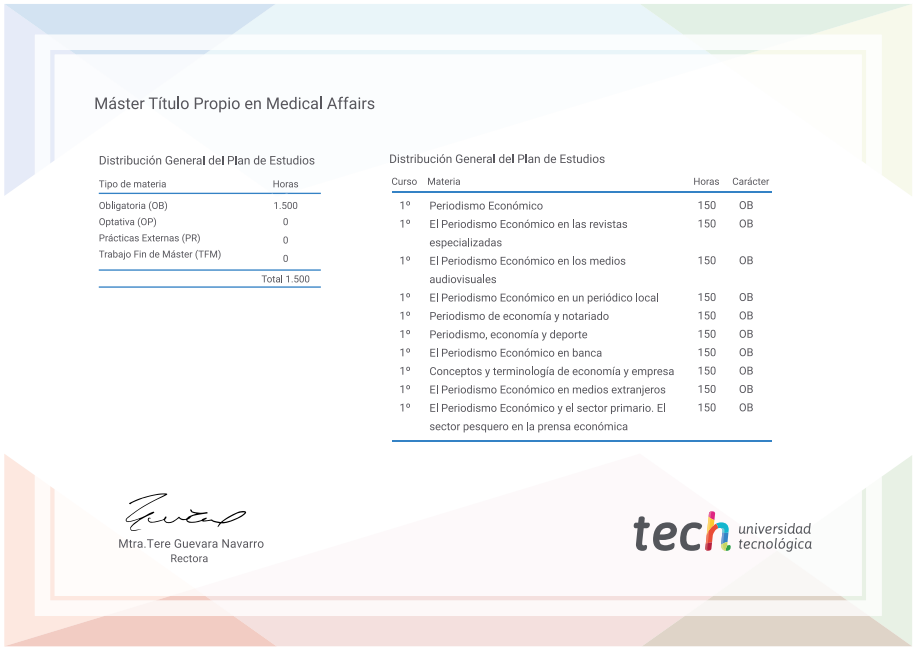
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio en Medical Affairs

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Periodismo Económico	150	OB
1º	El Periodismo Económico en las revistas especializadas	150	OB
1º	El Periodismo Económico en los medios audiovisuales	150	OB
1º	El Periodismo Económico en un periódico local	150	OB
1º	Periodismo de economía y notariado	150	OB
1º	Periodismo, economía y deporte	150	OB
1º	El Periodismo Económico en banca	150	OB
1º	Conceptos y terminología de economía y empresa	150	OB
1º	El Periodismo Económico en medios extranjeros	150	OB
1º	El Periodismo Económico y el sector primario. El sector pesquero en la prensa económica	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

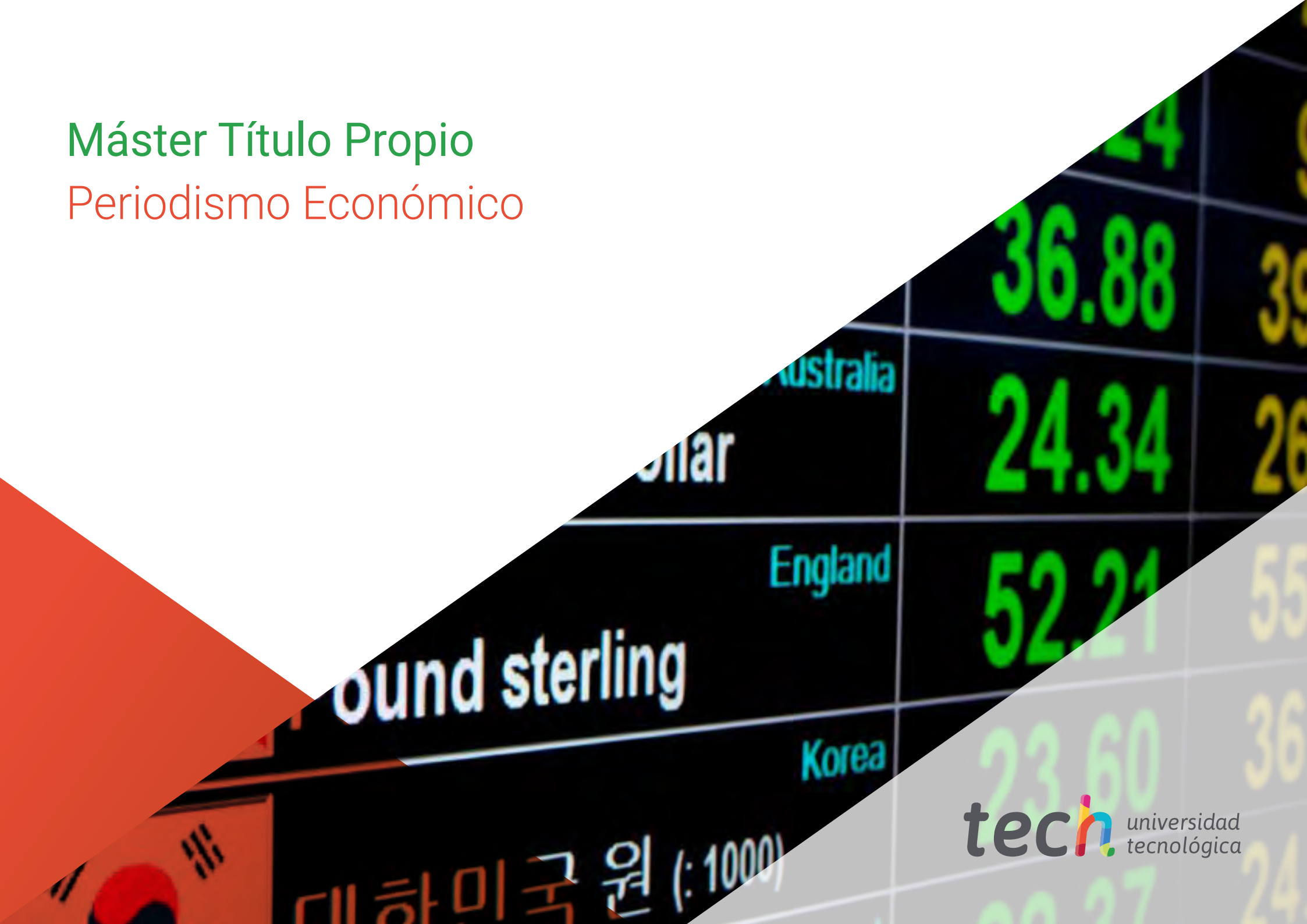
*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Periodismo Económico

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio
Periodismo Económico



tech universidad tecnológica