Máster Título Propio

Periodismo Multimedia



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Periodismo Multimedia

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

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Dirección del curso — pág. 18

05 Estructura y contenido — pág. 22

06 Metodología — pág. 34

07 Titulación — pág. 42

01

Presentación

El desarrollo digital y la evolución de las TIC han permitido a ámbitos como el Periodismo implementar a su práctica habitual estrategias comunicativas cada vez más sofisticadas y modernas, capaces de llegar a un público mayor de manera inmediata. Además, la posibilidad de incluir en el contenido informativo material audiovisual aporta dinamismo al producto comunicativo, haciéndolo más atractivo y permitiendo al consumidor contextualizar mejor lo que está viendo. Tomando como referencia el impulso que ha vivido en la última década, así como su capacidad de reinvención acorde a las tecnologías actuales, TECH ha desarrollado un completo programa que recoge todas las novedades de este sector. A través de 1.500 horas de capacitación teórico-práctica 100% online, el especialista de la información podrá perfeccionar sus competencias profesionales en el manejo de las herramientas digitales y el uso de las estrategias periodísticas más vanguardistas y novedosas del momento.





¿Te gustaría reinventarte como periodista adoptando las estrategias comunicativas más innovadoras y vanguardistas? Matricúlate en este Máster Título Propio y lo lograrás en tan solo 12 meses"

La inclusión de las redes sociales en el ámbito informativo ha supuesto un avance muy grande para el Periodismo, fomentado, además, por el desarrollo digital y la evolución de las TIC. Gracias a ello, la comunicación periodística se caracteriza hoy en día por su aspecto inmediato y su ubicuidad, permitiendo a los profesionales de este sector compartir lo que está pasando en distintas partes del mundo de manera instantánea. Este desarrollo también ha ayudado a derribar las barreras que frenaban la libertad de prensa y de expresión en muchos países, poniendo a disposición de cada vez más personas información de calidad, exhaustiva y al minuto.

Con el fin proporcionar a los egresados especializados en este ámbito lo necesario para que puedan ponerse al día sobre las novedades y tendencias comunicativas, TECH y su equipo de expertos han desarrollado este completísimo e intensivo Máster Título Propio en Periodismo Multimedia. Se trata de una titulación 100% online compuesta por 1.500 horas de material diverso, con el cual el profesional podrá trabajar en los aspectos más relevantes de la comunicación digital, las redes sociales, el periodismo móvil o el análisis y visualización de datos. También profundizará en las estrategias narrativas más dinámicas y atractivas, así como en las pautas para llevar a cabo una óptima y exitosa dirección de proyectos comunicativos.

Todo ello, a lo largo de 12 meses de capacitación teórico-práctica dirigida por profesionales del ámbito periodístico con una amplia y dilatada trayectoria laboral en el sector. Este programa se presenta como una oportunidad única para perfeccionar sus competencias profesionales en un área en auge como es el Periodismo Multimedia, adoptando las pautas comunicativas más innovadoras y las técnicas para la elaboración de un contenido audiovisual que, sin duda, marcará un antes y un después en su trayectoria.

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

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Periodismo Multimedia
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

Si buscas un programa con el que ponerte al día sobre las tendencias en redes sociales y la narración por esta vía, TECH te dará las claves para triunfar con discursos adaptados a cada una"

Gracias al curso de este programa podrás crear contenido dinámico y atractivo, lo cual te ayudará a alcanzar el máximo nivel dentro de un sector en auge como es el Periodismo Multimedia"

Potencia tu lado creativo y comunicativo con un programa con el que podrás conocer al detalle las tendencias periodísticas que están marcando la vanguardia en la actualidad.

¿Buscas un programa teórico-práctico que te pueda aportar las claves para llevar a cabo un proyecto emprendedor en el ámbito informativo? Si la respuesta es afirmativa, estás ante la opción académica perfecta.

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.



02

Objetivos

La evolución que ha vivido el Periodismo en los últimos años ligado a su adaptabilidad a los nuevos medios, así como a los nuevos métodos de consumo informativo, es lo que ha llevado a TECH a desarrollar este Máster Título Propio. El objetivo del mismo es poder proporcionar al egresado todo el material académico que necesita para especializarse en el ámbito multimedia a través de una capacitación teórico-práctica adaptada no solo a sus necesidades, sino a los requisitos del sector comunicativo actual.





Si entre tus objetivos está el luchar por un periodismo libre y accesible, TECH te dará las pautas para derribar las fronteras de la censura”

Objetivos generales

- Proporcionar una capacitación avanzada y especializada de las distintas tecnologías emergentes de la información y la comunicación (TIC), en las diferentes tareas profesionales de la actividad periodística
- Incorporar las herramientas tecnológicas y mediáticas más evolucionadas para alcanzar un mayor grado de conocimiento y utilización experta de los distintos soportes audiovisuales y tecnológicos
- Capacitar al alumno para generar nuevos modelos y plataformas para el ejercicio profesional, mediante las técnicas y métodos más innovadores
- Fomentar e impulsar el análisis de los diferentes contenidos periodísticos especializados y de las estructuras informativas para ser capaces de abordar y solucionar problemas de carácter tecnológico y científico
- Impulsar la capacidad de creatividad e innovación para abordar proyectos sobre Periodismo Multimedia profesional
- Adquirir conocimiento experto de las estructuras y tipologías discursivas de la comunicación periodística que contribuyen a configurar las sociedades actuales



Objetivos específicos

Módulo 1. Comunicación digital y sociedad

- Analizar la relación entre sociedad y redes sociales
- Definir la sociedad-red y las redes
- Entrar en el nuevo concepto de tiempo
- Estudiar la generación digital
- Explorar la comunicación global
- Conocer los modelos de producción periodística
- Contemplar los retos de la profesión
- Analizar los conceptos de prestigio y credibilidad
- Comprender el funcionamiento de las *Fake News*

Módulo 2. Periodismo y redes sociales

- Analizar la situación de los periodistas en las plataformas sociales
- Examinar los medios en las plataformas sociales
- Examinar los perfiles mediáticos en las plataformas sociales
- Conocer la red de contactos y la relación con las fuentes en los entornos sociales
- Reflexionar sobre la ética periodística en los *Social Media*
- Aprender las maneras de narrar en las plataformas sociales

Módulo 3. Cultura audiovisual

- Conocer el concepto de imagen audiovisual y cultura
- Aprender las formas en el lenguaje audiovisual
- Observar los discursos en el lenguaje audiovisual
- Explorar la relación entre el cine y el imaginario audiovisual
- Aprender acerca de las imágenes de la alteridad

Módulo 4. Periodismo móvil

- Analizar el MOJO
- Conocer las herramientas y *Apps* útiles para el periodista
- Aprender la narrativa para móviles
- Explorar el consumo de información periodística a través del móvil

Módulo 5. Análisis y visualización de datos

- Conocer los principios cognitivos
- Aprender las técnicas y metodologías de análisis de la información
- Reconocer la estadística descriptiva y multivariante
- Aproximarse a la infografía
- Aprender la tecnología para la visualización de la información
- Analizar casos prácticos

Módulo 6. Técnicas avanzadas de visualización de datos

- Comprender las técnicas avanzadas de análisis y visualización de datos
- Considerar las dificultades que tiene el ordenar visualmente la información de sistemas complejos
- Utilizar las herramientas disponibles en la web y en los dispositivos móviles

Módulo 7. Nuevas formas narrativas

- Conocer el *Storytelling* digital
- Aprender los mecanismos participativos en la elaboración de información
- Explorar los contenidos multiplataforma
- Conocer los proyectos periodísticos transmedia
- Estudiar sobre el periodismo inmersivo y ubicuo

Módulo 8. Herramientas y recursos digitales
- Analizar el marco tecnológico actual del periodismo
- Conocer las herramientas para periodistas digitales

Módulo 9. Dirección de proyectos de comunicación digital
- Aprender los conceptos básicos en gestión de proyectos
- Conocer los proyectos de comunicación digital en todas sus fases

Módulo 10. Periodismo de datos
- Conocer las fuentes de información
- Aprender los mecanismos de selección y filtrado de datos

Módulo 11. Periodismo de investigación
- Definir el periodismo de investigación
- Valorar los métodos
- Repasar las consideraciones éticas del periodismo de investigación
- Aprender cómo escribir un reportaje
- Conocer los mecanismos para el control de la calidad

Módulo 12. Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital
- Conocer el contexto empresarial en el ámbito informativo
- Aprender los aspectos del emprendimiento
- Describir la empresa informativa
- Explorar los modelos de negocio en medios online





Módulo 13. Audiencias y opinión pública

- Describir las audiencias
- Realizar un debate en torno al concepto de opinión pública
- Conocer los diferentes modelos de análisis
- Estudiar la nueva esfera pública

Módulo 14. Producción audiovisual y transmedia

- Describir la narrativa transmedia
- Aprender el desarrollo de un proyecto transmedia
- Realizar un prototipo de proyecto transmedia

Módulo 15. Mercadotecnia de contenidos

- Analizar el vínculo entre la mercadotecnia y los contenidos periodísticos
- Establecer la importancia de que los periodistas sean capaces de crear y distribuir contenidos relevantes, valiosos y atractivos para los usuarios
- Crear un vínculo entre la marca y el consumidor

Un programa que te enseñará a generar valor con tus productos informativos a través de las estrategias de creación de contenidos más innovadoras y vanguardistas”

03

Competencias

TECH emplea en cada uno de sus programas cientos de horas, con el fin de adaptarlos a las necesidades de sus egresados y a las del sector en el cual van a desempeñar su función profesional. Gracias a ello es posible garantizar que el especialista que acceda a titulaciones como este Máster Título Propio en Periodismo Multimedia podrá perfeccionar sus competencias comunicativas, de gestión de recursos informativos y de análisis de datos, implementando a su praxis las técnicas y estrategias que mejores resultados han tenido hasta el momento.





Un programa diseñado para que perfecciones tus competencias comunicativas de manera intensiva e inmediata, conformándote como un periodista versado en el área multimedia en tan solo 12 meses"

Competencias generales

- Aplicar a entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), los conceptos, principios, teorías o modelos relacionados con su la comunicación cultural
- Elaborar adecuadamente y con cierta originalidad composiciones escritas o argumentos motivados de redactar planes, proyectos de trabajo o artículos científicos o de formular hipótesis razonables en el ámbito de la información cultural
- Emitir juicios especialmente en el ámbito profesional y académico de la cultura y la comunicación en función de criterios, de normas externas o de reflexiones personales
- Presentar públicamente ideas, procedimientos o informes de investigación, para transmitir emociones o de asesorar a personas y a organizaciones, especialmente en el campo del periodismo especializado en cultura





Competencias específicas

- Conocer y analizar los nuevos lenguajes y nuevas narrativas de la radio y la televisión en internet, el videoperiodismo y las redes sociales, así como las tendencias emergentes
- Planificar y generar modelos digitales mediante el conocimiento y uso de programas y técnicas aplicadas a la radio y a la televisión
- Evaluar y analizar las funciones y estructura de la información audiovisual y multimedia
- Tener la capacidad para conocer las nuevas herramientas, la producción informativa o comunicativa, escrita o multimedia, basada en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, los códigos audiovisuales e informáticos para el desarrollo de la competencia mediática y digital
- Divulgar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad

Un Máster Título Propio que elevará tu talento a la cúspide del sector periodístico a base de aumentar la audiencia de tu medio por la calidad, la originalidad y el dinamismo de tus piezas informativas"

04

Dirección del curso

TECH prioriza siempre la conformación del mejor claustro para sus experiencias académicas. Es por ello que somete a sus candidatos a un complejo y exhaustivo análisis, para discernir sobre cuál se adapta mejor al perfil docente dinámico y moderno que busca esta universidad. Esto es así porque considera que, para el egresado, contar con la mentoría de un profesional del área, caracterizado, además, por su calidad humana, es un aliciente gracias al cual podrá sacarle un mayor rendimiento a la experiencia académica.





El equipo docente ha participado activamente en la elaboración del contenido de este Máster Título Propio, garantizado un grado de especialización altísimo y la máxima calidad académica"

Dirección



D. Díaz Padilla, Fernando

- Docente de Periodismo en TECH Universidad Tecnológica
- Redactor en *Los Emotions Films & Services*
- Crítico de cine y articulista en Tenerife Ahora
- Redactor de TViso
- Grado en Periodismo por la Universidad de La Laguna
- Magisterio con especialidad en Lengua Extranjera
- Curso de Periodismo Deportivo
- Curso de Integración de Jóvenes Inmigrantes en la Sociedad Canaria



Dña. Jiménez Pampliega, Marta

- Comunicación Interna en Bankinter
- Ayudante de sonido en "Fe en el cine" de 13TV
- Redactora en PwC Departamento de Comunicación Interna y Externa
- Graduada en Comunicación Audiovisual y Periodismo por la Universidad San Pablo CEU
- Curso de InDesign nivel profesional en la Universidad San Pablo CEU

05

Estructura y contenido

Para la elaboración del Plan de estudios de este Máster Título Propio, TECH y su equipo de expertos han tenido que trabajar intensamente para seleccionar la información, filtrarla y desarrollarla de manera que el egresado pueda obtener de su curso un altísimo nivel profesional. Además, han escogido cientos de horas de material adicional variado (vídeos al detalle, artículos de investigación, lecturas complementarias, ejercicios de autoconocimiento, resúmenes dinámicos ¡y mucho más!), para ahondar de manera personalizada en los diferentes apartados del temario. Así, esta universidad garantiza una capacitación a la medida de cada especialista.





¿Conoces la metodología Relearning? Gracias a su empleo en el desarrollo de este programa, ahorrarás tiempo de estudio sin renunciar a un ápice de calidad académica"

Módulo 1. Comunicación digital y sociedad

1.1. Sociedad-Red vs. Redes sociales
- 1.1.1. La Sociedad Red
- 1.1.2. El poder en la Sociedad Red
- 1.1.3. Autocomunicación y contrapoder
- 1.1.4. El papel de las redes sociales
  - 1.1.4.1. Participación social activa desde las redes sociales
  - 1.1.4.2. Privacidad y seguridad en las redes

1.2. La aceleración del tiempo
- 1.2.1. La inmediatez y la digitalización, protagonistas de la Comunicación del siglo XXI
  - 1.2.1.1. ¿Cómo hemos llegado a este nuevo panorama social?
- 1.2.2. El papel de los medios de comunicación masiva
- 1.2.3. El nuevo papel del periodismo con la irrupción de Internet
  - 1.2.3.1. La perpetuidad del periodismo tradicional
  - 1.2.3.2. Redes sociales y periodismo ciudadano

1.3. Generación digital
- 1.3.1. Internet y las nuevas generaciones
- 1.3.2. Construcción de una identidad a través de Internet
- 1.3.3. Clasificación de la sociedad digital
  - 1.3.3.1. Según el año de nacimiento
  - 1.3.3.2. Según si eres nativo digital o inmigrante digital
  - 1.3.3.3. Según si son visitantes o residentes
- 1.3.3. Comparación de las dos generaciones nativas más jóvenes y digitales, la Y y la Z

1.4. Orden mundial de la Información vs. Comunicación global
- 1.4.1. El nuevo orden mundial de la Información (NOMIC)
- 1.4.2. Teorías de la Comunicación Global
  - 1.4.2.1. Robertson: la estructuración del mundo actual a partir de la globalización
  - 1.4.2.2. Rosenau: a la búsqueda de una noción para un profundo cambio ontológico
  - 1.4.2.3. Castells: la sociedad de la información y las redes globales
  - 1.4.2.4. Held y compañeros: transformaciones globales
- 1.4.3. Conclusiones



1.5. Modelos de producción periodística
- 1.5.1. La producción informativa en los medios de comunicación de masas tradicionales
  - 1.5.1.1. Debate sobre la producción informativa e influencia en la sociedad
  - 1.5.1.2. Elementos de la producción que influencian en la opinión pública: configuración de la agenda, imprimación y encuadre
- 1.5.2. El nuevo periodismo digital
  - 1.5.2.1. Producción periodística en Internet
  - 1.5.2.2. Los patrones visuales de la lectura digital
  - 1.5.2.3. La brevedad como característica dominante de la producción digital
  - 1.5.2.4. ¿Cómo producir una notica para la web?
  - 1.5.2.5. Los enlaces y el contenido multimedia como elementos informativos

1.6. Retos de la profesión
- 1.6.1. Nuevo perfil de periodista digital o de la red informática mundial (www)
- 1.6.2. Primer reto: conocer el nuevo perfil de las audiencias digitales
  - 1.6.2.1. Participación, personalización y analítica web
  - 1.6.2.2. ¿El reinado del interés del público?
- 1.6.3. Segundo reto: hacia un periodismo en redes sociales, el papel del *Social Media Editor*
- 1.6.4. Tercer reto: el nuevo sistema de fuentes periodísticas
- 1.6.5. Cuarto reto: el periodismo en tiempo real (*The Real Time Journalism*)
  - 1.6.5.1. La simultaneidad
  - 1.6.5.2. El hipertexto
  - 1.6.5.3. Expresividad multimedia

1.7. Prestigio y credibilidad
- 1.7.1. Introducción
- 1.7.2. Autorregulación
  - 1.7.2.1. Estrategia de autorregulación
  - 1.7.2.2. Mecanismos de regularización
- 1.7.3. Redefinición del papel del periodista
  - 1.7.3.1. Crisis de credibilidad
  - 1.7.3.2. Desintermediación
  - 1.7.3.3. De la escasez a la maldición de la abundancia
- 1.7.4. Periodismo y credibilidad en perspectiva histórica
  - 1.7.4.1. Manipulación y fin del pacto con los ciudadanos
- 1.7.5. La desinformación como oportunidad para el periodismo
- 1.7.6. Las caras de la credibilidad y el prestigio periodístico

Módulo 2. Periodismo y redes sociales

2.1. Periodistas en plataformas sociales
- 2.1.1. Introducción
- 2.1.2. Las redes sociales, un nuevo objeto de estudio en Comunicación
  - 2.1.2.1. El nuevo entorno 2.0
- 2.1.3. Las redes sociales en el periodismo
  - 2.1.3.1. Usuarios, contenidos y fuentes periodísticas
  - 2.1.3.2. El triple abordaje periodístico en las redes sociales
  - 2.1.3.3. El surgimiento de libros de estilo para los periodistas
  - 2.1.3.4. Redacción periodística en Facebook
  - 2.1.3.5. Redacción periodística en Twitter
  - 2.1.3.6. Ventajas y desventajas de la redacción periodística en Facebook y Twitter
- 2.1.4. Puesta en marcha de algunas estrategias digitales en los medios
  - 2.1.4.1. Nacional
  - 2.1.4.2. Internacional
- 2.1.5. Uso de las redes sociales como herramientas periodísticas

2.2. Medios en plataformas sociales
- 2.2.1. Los metamedios
  - 2.2.1.1. Complejidad de las redes sociales
  - 2.2.1.2. Plataformas sociales en las empresas de comunicación
  - 2.2.1.3. Resultado del barómetro de medios

2.2.2. La integración de los medios españoles en redes sociales
2.2.2.1. Medio informativo The New York Times: un referente para los medios tradicionales
2.2.3. La estrategia de comunicación de medios en plataformas sociales
2.2.3.1. Aplicación a redes sociales
2.2.3.2. Diagnóstico o análisis previo
2.2.4. Gestión de cuentas oficiales en medios de comunicación
2.2.4.1. Modelos de gestión de contenido
2.2.4.2. Pautas para la gestión y programación de contenidos en Facebook y Twitter
2.2.4.3. Preguntas y desafíos en la gestión de las redes

2.3. Perfiles mediáticos en plataformas sociales
2.3.1. Introducción: nuevos perfiles periodísticos emergentes
2.3.2. El responsable de comunidad en internet
2.3.2.1. Perfil
2.3.2.2. Funciones
2.3.3. Periodista multitarea/multimedia
2.3.3.1. Funciones
2.3.3.2. Perfiles de periodista multimedia interactivo
2.3.3.3. Selección de personal: un periodista multimedia, interactivo, polivalente y especializado
2.3.4. Periodista de datos
2.3.4.1. Formación y perfil del periodista de datos
2.3.4.2. Periodismo móvil
2.3.5. El desarrollo del periodismo móvil en plataformas digitales
2.3.5.1. Formatos del periodismo digital y móvil

2.4. La red de contactos y la relación con las fuentes en los entornos sociales
2.4.1. Introducción
2.4.2. Las redes sociales en línea
2.4.2.1. Conectividad
2.4.2.2. Comunidades en línea y comunidades fuera de línea
2.4.3. ¿Cómo aumentar la red de contactos / comunidad digital?
2.4.3.1. Definición del mercado objetivo del medio/periodista
2.4.3.2. Personalización de la marca
2.4.4. Redes sociales más usadas como fuente de información periodística

2.5. La ética periodística y la transparencia informativa en las redes sociales
2.5.1. Código deontológico periodístico
2.5.1.1. Principios generales
2.5.1.2. Estatuto
2.5.1.3. Principios de actuación
2.5.2. Desafíos para una ética de calidad en el nuevo entorno digital
2.5.3. La doble exigencia ética del periodismo
2.5.3.1. La transparencia como una herramienta de un periodismo ético
2.5.3.2. La transparencia como una exigencia de un periodismo ético
2.5.4. Transparencia y organizaciones mediáticas
2.5.4.1. De los profesionales de la información a los responsables de comunidad en internet
2.5.4.2. Del hermetismo a la transparencia
2.5.5. Plataformas sociales a favor de la transparencia informativa
2.5.5.1. Plataforma Wikitribune: el periodismo transparente y colaborativo
2.5.5.2. Plataforma Deba-t.org: la transparencia en el fomento del debate y la discusión pública

2.6. La narración de la información en plataformas sociales
2.6.1. Introducción a la narrativa digital
2.6.1.1. Una nueva forma de narrar
2.6.1.2. Lenguaje y géneros en la narrativa digital
2.6.1.3. Potencialidades y posibilidades de los medios digitales o "pantallas"
2.6.2. La narrativa se identifica con la navegación
2.6.2.1. Singularidad del lenguaje periodístico
2.6.2.2. Lenguaje múltiple
2.6.2.3. La corrección gramatical
2.6.3. Técnicas de redacción: de la pirámide invertida a la pirámide mentirosa
2.6.3.1. Técnicas de redacción
2.6.4. Los géneros del ciberperiodismo



Módulo 3. Cultura Audiovisual

3.1. La posmodernidad en el ámbito audiovisual
- 3.1.1. ¿Qué es la posmodernidad?
- 3.1.2. La cultura de masas en la era posmoderna
- 3.1.3. La irrupción de los discursos argumentativos
- 3.1.4. La cultura del simulacro

3.2. Semiótica: los símbolos en la cultura audiovisual
- 3.2.1. ¿Qué es la semiótica?
- 3.2.2. ¿Semiótica o semiología?
- 3.2.3. Los códigos semióticos
- 3.2.4. Los motivos visuales

3.3. Aprender a mirar
- 3.3.1. Imagen y contexto
- 3.3.2. La mirada etnográfica
- 3.3.3. La fotografía como cruce de miradas
- 3.3.4. Antropología visual

3.4. La composición de la imagen
- 3.4.1. Puntualizaciones
- 3.4.2. El equilibrio dinámico
- 3.4.3. Peso y dirección visual
- 3.4.4. Reglas básicas

3.5. La estética en lo audiovisual
- 3.5.1. ¿Qué es la estética?
- 3.5.2. Las categorías estéticas
- 3.5.3. Lo grotesco y lo abyecto
- 3.5.4. El "mal gusto" (kitsch) y el "buen gusto" (camp)

3.6. Nuevas y renovadas formas de lo audiovisual
- 3.6.1. El videoarte viral
- 3.6.2. La base de datos masivos como práctica artística
- 3.6.3. La técnica de proyección de videos
- 3.6.4. Los creadores visuales (VJ)

3.7. La intertextualidad como estrategia creativa
- 3.7.1. ¿Qué es la intertextualidad?
- 3.7.2. La cita
- 3.7.3. La alusión
- 3.7.4. El plagio
- 3.7.5. El apropiacionismo
- 3.7.6. La autorreferencialiadad
- 3.7.7. La parodia

3.8. El diálogo entre las artes
- 3.8.1. La intermedialidad
- 3.8.2. La hibridación de las artes
- 3.8.3. El Clasicismo y la separación de las artes
- 3.8.4. El Romanticismo y la definitiva unión de las artes
- 3.8.5. El Arte Total en las Vanguardias
- 3.8.6. Las narrativas transmedia

3.9. El nuevo cine
- 3.9.1. Las relaciones entre cine, cultura e historia
- 3.9.2. Una evolución tecnología (im) previsible
- 3.9.3. ¡El cine ha muerto!
- 3.9.4. El cine expandido

3.10. El auge del documental
- 3.10.1. El documental
- 3.10.2. Estrategias de la objetividad
- 3.10.3. El auge del falso documental
- 3.10.4. El metraje encontrado

Módulo 4. Periodismo móvil

4.1. El trabajo periodístico con móvil y tableta
- 4.1.1. Introducción
- 4.1.2. ¿Qué es el periodismo móvil?
- 4.1.3. La configuración del periodismo para las plataformas de noticias móviles
  - 4.1.3.1. Fases de incursión del móvil en el periodismo
  - 4.1.3.2. Producción en el periodismo móvil
- 4.1.4. El periodismo móvil
  - 4.1.4.1. Del profesional monomedia al periodista móvil
  - 4.1.4.2. Configuración del periodista móvil
- 4.1.5. Un modelo de periodismo móvil

4.2. Periodismo móvil
- 4.2.1. Introducción
  - 4.2.1.1. Las nuevas claves: convergencia, divergencia y movilidad
  - 4.2.1.2. Multimedialidad y narración
    - 4.2.1.2.1. El teléfono móvil como objeto de uso cotidiano
  - 4.2.1.3. La cuarta pantalla y el periodismo
  - 4.2.1.4. Teléfono móvil
  - 4.2.1.5. Teléfono inteligente
  - 4.2.1.6. *Tablet*
- 4.2.2. Los dispositivos móviles: la radio y la televisión
  - 4.2.2.1. Teléfono móvil
  - 4.2.2.2. Teléfono inteligente
  - 4.2.2.3. Tabletas
- 4.2.3. ¿Cómo distribuir los contenidos? El análisis de las 4C (consumidor, comunicación, costo y conveniencia)

4.3. Herramientas y aplicaciones para la producción de contenidos periodísticos
- 4.3.1. Introducción
  - 4.3.1.1. Principales características en la producción del periodismo móvil
- 4.3.2. Aplicaciones para hacer periodismo
  - 4.3.2.1. Aplicaciones para audio
    - 4.3.2.1.1. Grabar audio
    - 4.3.2.1.2. Grabar llamada
    - 4.3.2.1.3. Editar audio
    - 4.3.2.1.4. Emitir audio en directo

4.3.2.2. Aplicaciones para video
4.3.2.2.1. Grabar video
4.3.2.2.2. Editar video
4.3.2.2.3. Transmitir video en directo
4.3.3. Otras herramientas útiles
4.4. Estrategias narrativas especializadas para móviles
4.4.1. Introducción
4.4.2. Nuevas narrativas
4.4.2.1. Narrativa multimedia
4.4.2.2. Narrativa transmedia
4.4.3. Estéticas narrativas
4.4.3.1. La repetición
4.4.3.2. La velocidad
4.4.3.3. El exceso
4.4.3.4. Lo monstruoso
4.4.3.5. El choque
4.4.4. Del escritorio a la movilidad
4.4.4.1. Ubicuidad
4.4.4.2. Naturaleza efímera
4.4.4.3. Instantaneidad
4.5. El consumo de información periodística por dispositivos móviles
4.5.1. Introducción
4.5.2. En propiedad de dispositivos Móviles vs Tradicionales
4.5.3. Uso de noticias en dispositivos digitales
4.5.4. El camino de las noticias
4.5.4.1. ¿Es un hábito de comportamiento de las noticias más que un dispositivo?
4.5.4.2. Los omnívoros de noticias móviles y los llamados "fondos buitre" de escritorio/portátil
4.5.4.3. Demografías de los usuarios en el consumo de noticias digitales
4.5.5. Rasgos y hábitos del consumidor de noticias moderno
4.5.5.1. Adultos jóvenes
4.5.5.2. Distinciones digitales
4.6. Aplicaciones y servicios de información periodística en el móvil
4.6.1. Introducción
4.6.2. Utilidad actual de los teléfonos inteligentes para ciudadanos y profesionales de la información
4.6.3. Desarrollo actual de periodismo móvil en las empresas periodísticas
4.6.4. Aplicaciones móviles y los principales generadores de información
4.6.4.1. Periódicos
4.6.4.2. Radios
4.6.4.3. Revistas

Módulo 5. Análisis y visualización de datos

5.1. Principios cognitivos: información, comunicación y conocimiento
5.1.1. Origen de las ciencias cognitivas
5.1.2. La información y la comunicación
5.1.2.1. Lasswell, una aproximación sociológica
5.1.2.2. Shannon y Weaver una aproximación cibernética
5.1.2.3. El Modelo Maletzke y la comunicación colectiva
5.1.3. La comunicación
5.1.3.1. Eco, un modelo semiótico de la comunicación
5.1.3.2. Signos, señales, símbolos, etc.
5.1.4. La representación o conocimiento
5.1.4.1. Tipos de representación o conocimiento
5.1.5. El valor de la información, analizado según el modelo de Maletzke
5.1.5.1. Consideraciones generales
5.1.5.2. La captura y el valor de la información
5.1.5.3. Regulación
5.1.5.4. La propiedad y el valor de la información
5.1.5.5. Los sistemas informáticos
5.1.5.6. Maletzke y los actuales medios de comunicación virtual

5.2. Técnicas y metodologías de análisis de la información: casos prácticos
- 5.2.1. Introducción
  - 5.2.1.1. Aproximación al concepto periodismo de datos o periodismo computacional
- 5.2.2. Base de datos masivos
- 5.2.3. Metodología para el análisis de la base de datos masivos
  - 5.2.3.1. Análisis automatizado de contenido
  - 5.2.3.2. Análisis de sentimiento automatizado
  - 5.2.3.3. Minería de datos
  - 5.2.3.4. Aprendizaje automático
  - 5.2.3.5. Minería de textos
  - 5.2.3.6. Minería web
- 5.2.4. Herramientas utilizadas en periodismo computacional o de datos
- 5.2.5. Casos prácticos a nivel internacional
  - 5.2.5.1. Análisis de datos en campañas electorales

5.3. Estadística descriptiva y multivariante
- 5.3.1. Las variables
- 5.3.2. Estadística descriptiva
  - 5.3.2.1. Análisis unidimensional
    - 5.3.2.1.1. Las frecuencias
    - 5.3.2.1.2. Representaciones gráficas de las frecuencias. La distribución
  - 5.3.2.2. Análisis bidimensional
    - 5.3.2.2.1. Frecuencias cruzadas
    - 5.3.2.2.2. Correlaciones
- 5.3.3. Estadística multivariante
  - 5.3.3.1. Pasos previos al análisis
  - 5.3.3.2. Datos ausentes
  - 5.3.3.3. Verificación de los supuestos análisis multivariantes
    - 5.3.3.3.1. Normalidad
    - 5.3.3.3.2. Homocedasticidad
    - 5.3.3.3.3. Linealidad
- 5.3.4. Clasificación de los análisis multivariados
- 5.3.5. Métodos del análisis multivariado
  - 5.3.5.1. Correlación canónica
  - 5.3.5.2. Análisis factorial
  - 5.3.5.3. Análisis discriminantes
  - 5.3.5.4. Discriminación logística

5.4. Introducción a la infografía y a la visualización de la información
- 5.4.1. Introducción
- 5.4.2. Profundización en el concepto infografía y visualización de información
  - 5.4.2.1. De la psicología a la infografía
  - 5.4.2.2. Los fundamentos del modelo
  - 5.4.2.3. Del diseño de información a la infografía
  - 5.4.2.4. Infografía estetizante frente a infografía analítica
- 5.4.3. La visualización interactiva
  - 5.4.3.1. La gran transición: la infografía como herramienta
  - 5.4.3.2. ¿Qué interacción? Las tres clases
  - 5.4.3.3. Navegación y escenas
  - 5.4.3.4. Multimedialidad
- 5.4.4. La infografía como recurso periodístico en la prensa española
  - 5.4.4.1. Aspectos técnicos
- 5.4.5. El caso de The New York Times
  - 5.4.5.1. La estructura de las secciones de gráficos
  - 5.4.5.2. El proceso de trabajo

5.5. Tecnologías para la visualización de la información
- 5.5.1. Introducción
- 5.5.2. Modelos de visualización
- 5.5.3. Visualizaciones de información novedosas
- 5.5.4. Tecnologías

5.6. Casos prácticos en el ámbito periodístico
- 5.6.1. Ejemplos de interacción y visualización de información en el "periodismo estructurado"
- 5.6.2. Diseño y visualización de la información. Caracterización del mensaje infográfico en los diarios españoles (ABC, El Mundo, El País, Público y La Voz de Galicia)
- 5.6.3. Premio mejor trabajo periodístico de datos 2019

Módulo 6. Técnicas avanzadas de visualización de datos

6.1. Técnicas y principios de análisis
- 6.1.1. Principios cognitivos: información, comunicación y conocimiento
- 6.1.2. Los principales tipos de visualización de datos

6.2. Análisis de información en sistemas complejos
- 6.2.1. Definibilidad de un sistema
- 6.2.2. Los componentes de un sistema complejo
- 6.2.3. Procesos y niveles de análisis

6.3. Visualización interactiva en web y dispositivos móviles
- 6.3.1. Minería de datos: aplicaciones en el ámbito del periodismo
- 6.3.2. Visualización en redes sociales

6.4. Aplicaciones en el ámbito periodístico
- 6.4.1. Extracción de la información
- 6.4.2. Plataformas para el análisis de datos
- 6.4.3. Estudio de herramientas de visualización de datos

Módulo 7. Nuevas formas narrativas

7.1. La narración de historias digital
- 7.1.1. El rol de las formas narrativas
- 7.1.2. Valores añadidos de los nuevos medios: instantaneidad, hipertextualidad, interactividad y el protagonismo del lector
- 7.1.3. La nueva narrativa de los géneros periodísticos informativos: elementos de la noticia
- 7.1.4. La nueva narrativa de los géneros periodísticos explicativos: elementos distintivos
- 7.1.5. La nueva narrativa de los géneros periodísticos de opinión modalidades participativas: cartas al director, sondeos y encuestas, los foros de discusión

7.2. Los mecanismos participativos en la elaboración de relatos periodísticos
- 7.2.1. Espacios de participación: la última gran tendencia
- 7.2.2. Los nuevos medios y las audiencias activas
- 7.2.3. El valor del periodismo profesional

7.3. Contenidos multiplataforma
- 7.3.1. Los gestores de contenido en la producción multiplataforma
- 7.3.2. Del consumidor pasivo al productor activo
- 7.3.3. Metaverso: el mundo real como sistema operativo

7.4. Proyectos periodísticos transmedia
- 7.4.1. Narratología transmedia y narración transmedia
- 7.4.2. España se enoja, de Javier Zurita y Ofelia de Pablo
- 7.4.3. 6x9: una experiencia virtual de confinamiento solitario del diario The Guardian

7.5. Periodismo inmersivo y ubicuo
- 7.5.1. Principios del diseño de experiencias informativas inmersivas
- 7.5.2. Realidad virtual
- 7.5.3. Principios del diseño de experiencias informativas mixtas
- 7.5.4. Realidad aumentada

Módulo 8. Herramientas y recursos digitales

8.1. El marco tecnológico actual del periodismo
- 8.1.1. Posibilidades comunicativas
- 8.1.2. Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales
- 8.1.3. Ejemplos de aplicabilidad

8.2. Herramientas para periodistas digitales
- 8.2.1. Recursos en línea para la producción y edición de contenidos informativos
- 8.2.2. Herramientas de organización para periodistas
- 8.2.3. Herramientas tecnológicas para la difusión de la información

Módulo 9. Dirección de proyectos de comunicación digital

9.1. La gestión de proyectos: conceptos básicos
- 9.1.1. Componentes de la gestión de proyectos: las áreas de conocimiento
- 9.1.2. El coste humano de la gestión de proyectos
- 9.1.3. Habilidades directivas

9.2. Proyectos de comunicación digital
- 9.2.1. Iniciación del proyecto y trabajos previos
- 9.2.2. Planificación y ejecución del proyecto
- 9.2.3. Seguimiento, control y cierre del proyecto

Módulo 10. Periodismo de datos

10.1. Fuentes de información
- 10.1.1. Marco regulador, licencias, condiciones de uso de los datos
- 10.1.2. Estrategias de búsqueda
- 10.1.3. Descriptores estadísticos típicos

10.2. Mecanismos de selección y filtrado de datos
- 10.2.1. Extracción de características
- 10.2.2. Resumir datos con tablas y gráficos
- 10.2.3. Interactividad

Módulo 11. Periodismo de investigación

11.1. Introducción
- 11.1.1. Qué es el periodismo de investigación
- 11.1.2. Ejemplos de grandes periodistas de investigación
- 11.1.3. Formulación de hipótesis

11.2. Valoración de los métodos
- 11.2.1. Trabajo y relación con las fuentes
- 11.2.2. Organización y estructuración de los datos
- 11.2.3. Búsqueda de conexiones entre archivos

11.3. Redacción de un reportaje
- 11.3.1. ¿Qué es un reportaje?
- 11.3.2. Estilo
- 11.3.3. Estructura
- 11.3.4. ¿Cómo se elabora un reportaje?

11.4. Técnicas de control de calidad
- 11.4.1. Una comprobación de datos ética
- 11.4.2. Uso del archivo maestro para la comprobación de datos
- 11.4.3. Efectos psicológicos predecibles de la comprobación de datos

Módulo 12. Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital

12.1. El contexto empresarial en el ámbito informativo
- 12.1.1. El sector informativo
- 12.1.2. Los actores de la comunicación social en el contexto digital
- 12.1.3. Propuesta teórico-metodológica para el estudio de los medios de comunicación social cibernéticos

12.2. Emprendimiento
- 12.2.1. La iniciativa emprendedora y la detección de oportunidades
- 12.2.2. Financiación de la actividad emprendedora
- 12.2.3. Emprendimiento interno

12.3. Empresa informativa
- 12.3.1. Tipos de empresa informativa
- 12.3.2. Dirección y organización de medios
- 12.3.3. Planificación empresarial

12.4. Modelos de negocio en medios en línea
- 12.4.1. La naturaleza de los modelos de negocio
- 12.4.2. La importancia de generar valor
- 12.4.3. Tipos de modelos de negocio y su evolución

Módulo 13. Técnicas avanzadas de análisis y visualización de datos

13.1. Audiencias
- 13.1.1. El nuevo periodismo digital desde la perspectiva de las audiencias
- 13.1.2. Modelos de medición de audiencias
- 13.1.3. Audiencias participativas

13.2. Debate en torno al concepto de opinión pública
- 13.2.1. Evolución de la esfera pública en la sociedad de masas a la sociedad red
- 13.2.2. El concepto de la opinión pública en la sociedad de la información
- 13.2.3. Opinión pública agregada y discursiva, y sus dinámicas transicionales

13.3. Modelos de análisis
- 13.3.1. La opinión pública como conocimiento
- 13.3.2. Retos de la configuración de la opinión pública ante los medios digitales
- 13.3.3. Metodologías para el estudio de la opinión pública

13.4. La nueva esfera pública para los periodistas
- 13.4.1. Periodismo en una democracia más participativa
- 13.4.2. El papel del periodista en la nueva realidad digital
- 13.4.3. El periodismo ciudadano

Módulo 14. Producción audiovisual y transmedia

14.1. Las narrativas transmedia
- 14.1.1. Introducción
- 14.1.2. Las características de las narrativas transmedia
- 14.1.3. La aplicación de las narrativas transmedia en el ámbito periodístico
- 14.1.4. La narrativa transmedia en la cultura popular

14.2. Desarrollo de un proyecto transmedia
- 14.2.1. El proyecto transmedia
- 14.2.2. Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia
- 14.2.3. Caso práctico: el documental transmedia tras los pasos del Hombre Bestia

14.3. Experimentación con herramientas de implementación de proyectos transmedia: realización de un prototipo
- 14.3.1. Aproximación a la no ficción interactiva: panorámica del web documental español en la era digital
- 14.3.2. El reportaje transmedia como parte del nuevo periodismo
- 14.3.3. La participación ciudadana en el documental colaborativo: hacia nuevas narrativas audiovisuales

Módulo 15. Mercadotecnia de contenidos

15.1. Promoción de contenidos
- 15.1.1. ¿Qué es la mercadotecnia de contenidos?
- 15.1.2. ¿Cómo desarrollar la mercadotecnia de contenidos?
- 15.1.3. Creación de una estrategia

15.2. Audiencias de mercadotecnia
- 15.2.1. La audiencia como aliada de la distribución
- 15.2.2. ¿Cómo definir un perfil de audiencia?
- 15.2.3. Medición de audiencias

15.3. Mercadotecnia en redes sociales
- 15.3.1. Introducción
- 15.3.2. La estrategia y el plan de medios sociales
- 15.3.3. Nuevos conceptos derivados de la integración de los medios sociales en el ámbito de la mercadotecnia y la comunicación
- 15.3.4. La mercadotecnia interna y la estrategia de contenidos

15.4. Perspectiva sociocultural
- 15.4.1. Teoría del procesamiento de la información
- 15.4.2. Teoría de Bruner
- 15.4.3. La síntesis: dos formas de significar

No lo pienses más y apuesta por una titulación que te pondrá a la altura de los grandes del Periodismo y te abrirá muchísimas puertas en el mercado de los medios de comunicación”

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.

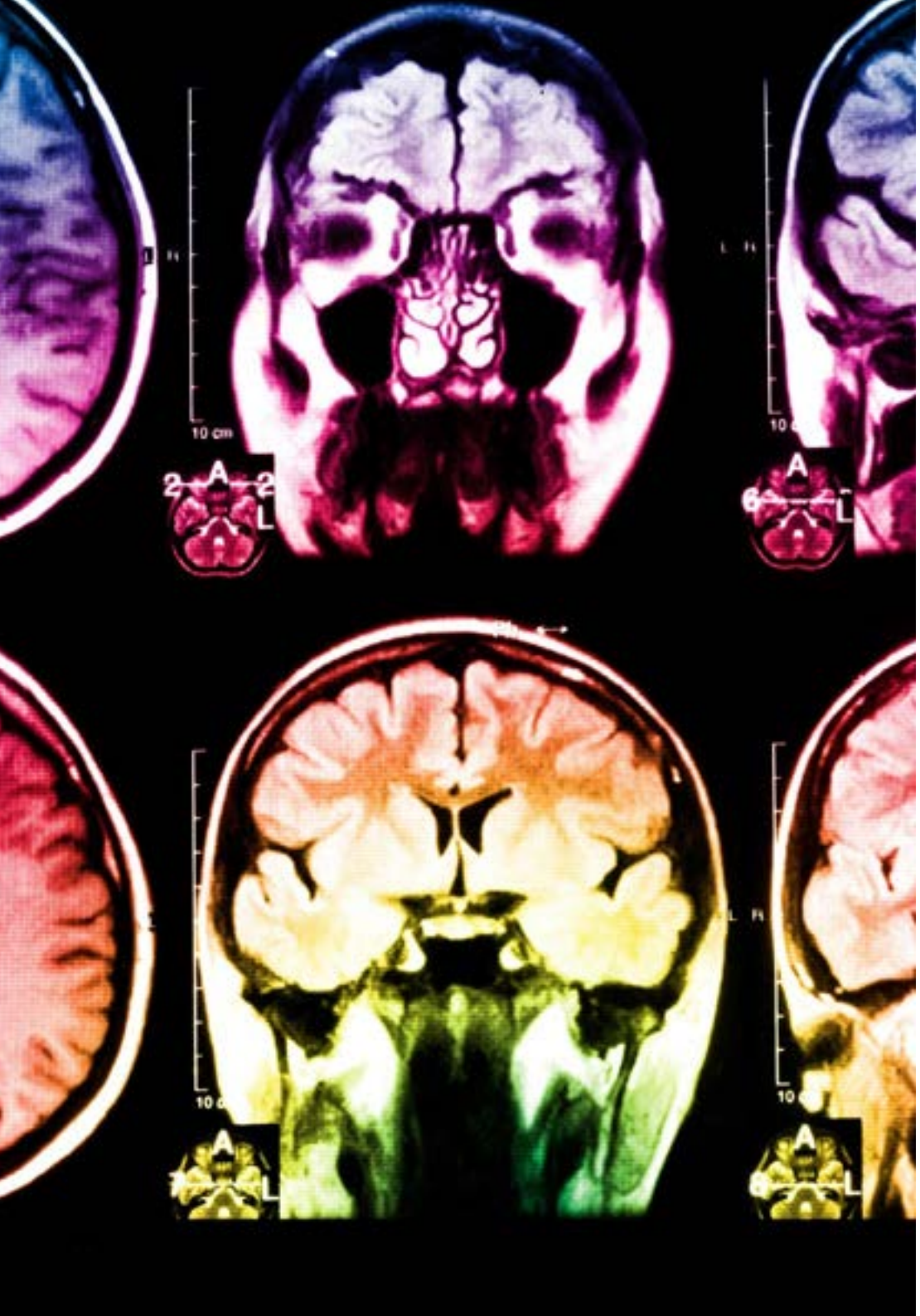
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

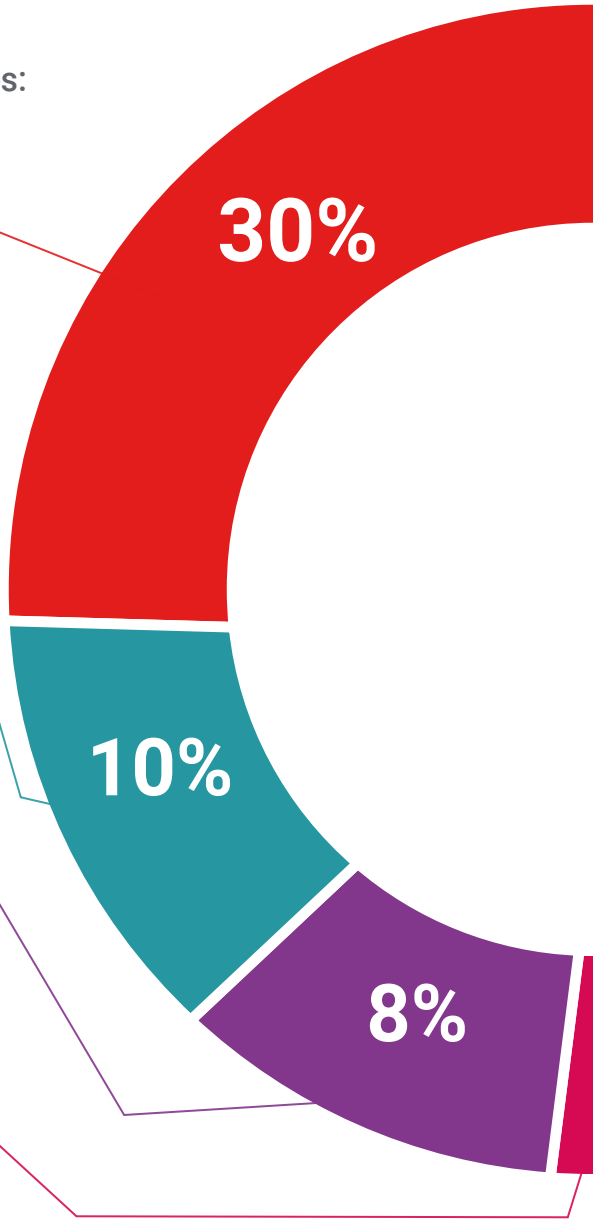
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

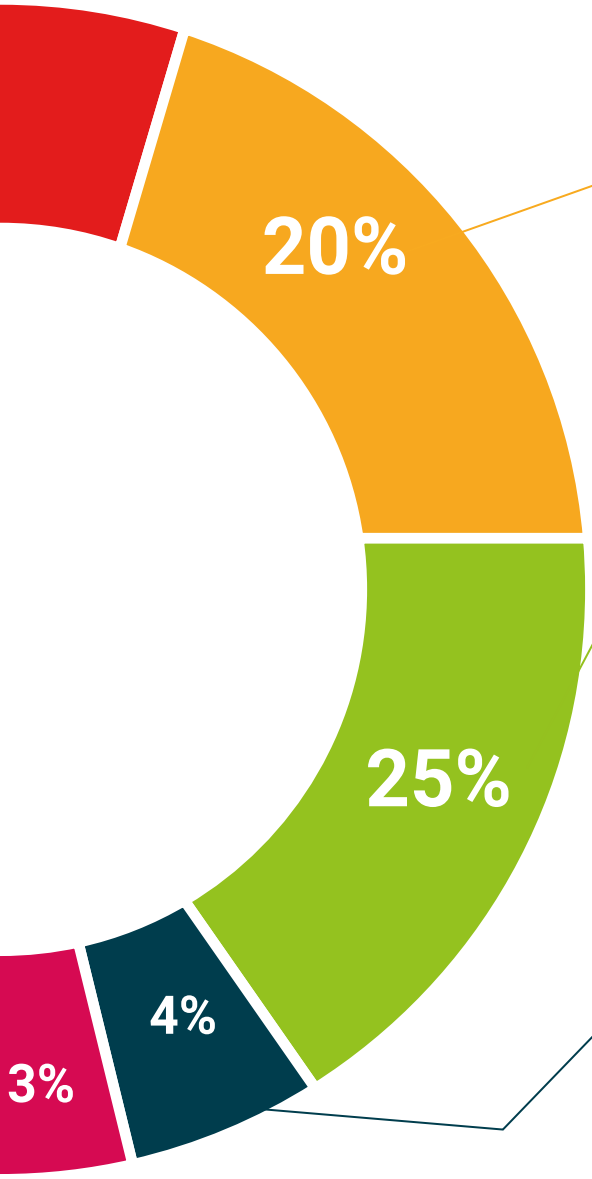
Prácticas de habilidades y competencias

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 Multimedia 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 Multimedia** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, 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 reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio en Periodismo Multimedia**
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 Multimedia

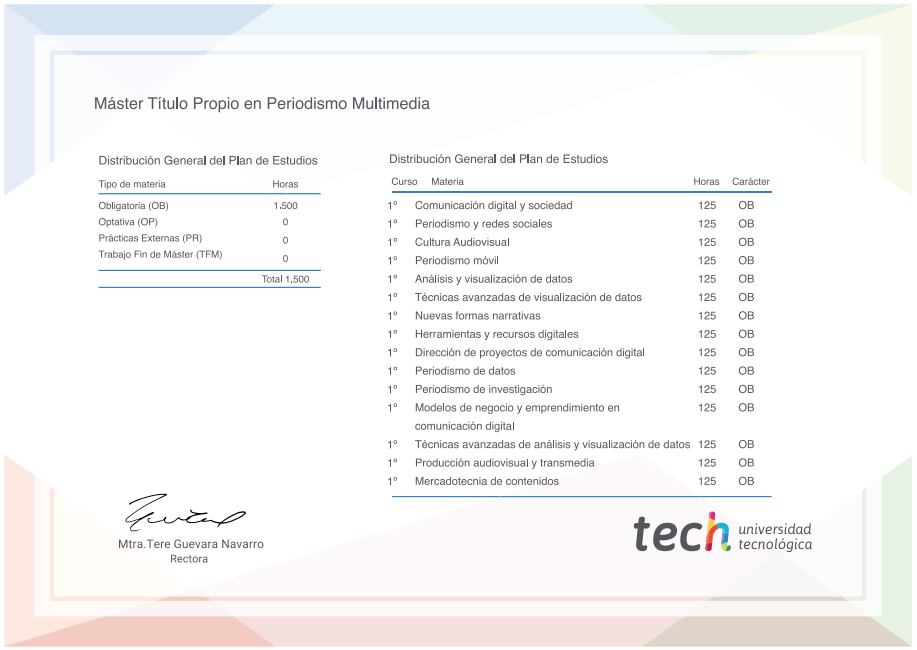
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

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


Máster Título Propio en Periodismo Multimedia

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	Comunicación digital y sociedad	125	OB
1º	Periodismo y redes sociales	125	OB
1º	Cultura Audiovisual	125	OB
1º	Periodismo móvil	125	OB
1º	Análisis y visualización de datos	125	OB
1º	Técnicas avanzadas de visualización de datos	125	OB
1º	Nuevas formas narrativas	125	OB
1º	Herramientas y recursos digitales	125	OB
1º	Dirección de proyectos de comunicación digital	125	OB
1º	Periodismo de datos	125	OB
1º	Periodismo de investigación	125	OB
1º	Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital	125	OB
1º	Técnicas avanzadas de análisis y visualización de datos	125	OB
1º	Producción audiovisual y transmedia	125	OB
1º	Mercadotecnia de contenidos	125	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 Multimedia

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

Máster Título Propio
Periodismo Multimedia



tech universidad tecnológica