Máster Título Propio
Periodismo Cultural



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Periodismo Cultural

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

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Dirección del curso — pág. 20

05 Estructura y contenido — pág. 24

06 Metodología — pág. 36

07 Titulación — pág. 44

01

Presentación

Los festivales musicales y de cine principalmente han sufrido un enorme potencial en las últimas décadas, sin olvidar la presencia de las artes en entornos digitales a los cuales ha sabido adaptarse y en ocasiones ha sido precursora de su propia transformación. La segmentación del público propició la aparición del periodismo especializado, que mantiene hoy en día en todos sus formatos informativos una sección específica dedicada a la comunicación cultural. Los propios artistas reclaman difusión y periodistas expertos capaces de transmitir adecuadamente la información. Para dar respuesta a esta demanda, nace esta titulación en la que el alumnado encontrará un contenido multimedia exhaustivo con el que realizará un profundo recorrido de la cultura en los medios convencionales y su integración en el mundo digital.





¿Quieres dedicarte al periodismo cultural? O ¿Buscas crear tu propio proyecto de información cultural? Este Máster Título Propio te aporta todo el conocimiento que necesitas"

Las múltiples plataformas digitales para poder acceder a contenido audiovisual, los podcasts, la proliferación de festivales presenciales y online, las muestras artísticas y los múltiples soportes en los que poder disfrutar de una buena lectura han hecho que actualmente la cultura tenga abiertas innumerables puertas para poder llegar a la población. En este nuevo escenario, el periodismo cultural también cuenta con diferentes soportes para llegar a un público cada vez más segmentado y consumidor de contenido cultural.

La prensa, la radio y la televisión siguen siendo los medios de comunicación vigentes, que apuestan por mantener secciones específicas dedicadas a la cultura, si bien es cierto el mundo digital ha abierto infinitas posibilidades a los periodistas para poder hacer llegar la información cultural. Este Máster Título Propio ofrece al egresado un aprendizaje intensivo y avanzado en este campo, a través de un contenido en el que se ha aplicado la última tecnología empleada en la enseñanza académica.

Así, a través de un material didáctico innovador, el alumnado podrá profundizar en el mercado actual del periodismo cultural, los géneros interpretativos, la información en los medios convencionales o la cibercultura y el periodismo digital de contenidos culturales. Todo ello con un enfoque teórico, pero al mismo tiempo práctico gracias a la aportación por parte del equipo docente de casos reales, que permitirán al estudiante obtener una visión más clara y directa de esta especialización periodística.

Todo ello, en un formato académico 100% online, donde el egresado podrá acceder al Máster Título Propio cuando y donde desee. Tan solo necesitará de un ordenador, Tablet o móvil con conexión a internet para poder visualizar el contenido del temario. Sin clases con horarios fijos, alumnado tiene la libertad de distribuir la carga lectiva acorde a sus necesidades. Es, por tanto, una enseñanza universitaria ideal para las personas que deseen compatibilizar sus responsabilidades profesionales y/o personales con una titulación que sitúa a la vanguardia académica.

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

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Periodismo Cultural
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y 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

Actualiza tus conocimientos en periodismo cultural y conviértete en un comunicador relevante en cine, arte y otras tendencias culturales del momento”

Alcanza un mayor grado de profesionalidad en el Periodismo Cultural a través de la última tecnología educativa 100% online”

Con este programa universitario conocerás las nuevas tendencias sociales en el Periodismo Cultural.

Accede cuando lo desees y desde tu ordenador al contenido más reciente sobre Periodismo Cultural. Matricúlate ahora.

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 digitalización de la cultura hace necesaria la profundización del profesional de la comunicación en las nuevas tendencias sociales, no solamente porque la cultura adquiere nuevas formas de expresión, sino porque el periodismo, y el periodismo cultural también, adquiere nuevos formatos y se difunde a través de nuevos medios. Al concluir los 12 meses de esta titulación, el alumnado habrá obtenido una visión global sobre este campo, teniendo el conocimiento y las herramientas necesarias para impulsar su carrera periodística.





Tienes 1.500 horas de aprendizaje intensivo sobre cultura y marketing cultural. Inscríbete ya"

Objetivo general

- Ampliar el conocimiento y la información al alumno con un mayor nivel de profundización en el ámbito del periodismo, aunque, más concretamente dentro del campo del periodismo cultural
- Aprender a realizar unas funciones informativas y de difusión en un entorno especializado y profesional, haciendo hincapié en la información dentro de los diferentes géneros del periodismo cultural

Progresa en tu carrera profesional a través de una titulación universitaria que te guiará por las nuevas temáticas del periodismo cultural. Inscríbete ahora"





Objetivos específicos

Módulo 1: El mercado de la cultura

- Aprender dentro del contexto de la cultura los conceptos, principios y teorías básicas de la comunicación cultural y las industrias
- Comprender e interpretar la realidad en base a las habilidades y procedimientos culturales
- Manejar fuentes, planificar proyectos y organizar diferentes métodos para resolver problemas
- Comprender y aplicar conocimientos adquiridos para resolver problemas en el entorno tanto nuevos como pocos conocidos dentro de las diferentes disciplinas
- Estudiar, investigar y analizar los fenómenos culturales
- Entender la realidad cultural de las sociedades contemporáneas tanto en la industria creativa como industrial

Módulo 2: Investigación, gestión y marketing cultural

- Comprender e interpretar datos de la realidad en base a las habilidades y procedimientos
- Comprender conocimientos en base al temario para aportar una evaluación crítica de los datos
- Emitir juicios de valor en el tema del marketing y la cultura
- Aprender a diseñar y producir campañas o productos relacionados con la cultura
- Demostrar los procedimientos para promover las ideas culturales

Módulo 3: Análisis de la cultura

- Comprender y saber reflexionar cobre la crítica de las prácticas culturales
- Investigar los fenómenos culturales
- Ampliar y estudiar los componentes y orígenes para la difusión cultural
- Conocer, comprender y estudiar los fenómenos sociales culturales y la metodología
- Analizar los lenguajes artísticos y los códigos culturales para poder interpretar, criticar las diferentes materias artísticas y culturales
- Identificar los procesos del periodismo cultural para poder aplicarlos posteriormente

Módulo 4: Comunicación intercultural y alternativa

- Identificar, descubrir e identificar las habilidades para entender la importancia de los fenómenos interculturales
- Aplicar los conceptos profesionales para logar desenvolverse y desarrollar una posterior investigación
- Conocer, comprender y analizar los lenguajes artísticos y los códigos culturales
- Estudiar y valorar los conceptos de igualdad y respeto en el sector de la cultura
- Conocer las diferentes condiciones dentro de la interculturalidad
- Saber promover la interculturalidad en la actualidad

Módulo 5: Periodismo Cultural en medios impresos: géneros interpretativos

- Definir el funcionamiento de las rutinas del periodismo cultural en medios impresiones
- Aprender a trabajar textos e interpretarlos
- Lograr obtener información y saber manejar las fuentes para realizar una redacción adecuada de la información cultural
- Manejar adecuadamente las fuentes de información
- Entender y aplicar las fuentes y datos en el campo especializado de la cultura
- Conocer y tener la destreza de leer, interpretar, valorar y criticar las manifestaciones culturales y artísticas

Módulo 6: Información cultural en prensa

- Definir adecuadamente los conceptos básicos de la redacción periodística
- Conocer los diferentes géneros periodísticos
- Difundir las agendas culturales de una manera adecuada para su difusión
- Conocer e identificar los procesos informativos y comunicativos implicados en el periodismo cultural para su posterior aplicación
- Tener la destreza de valorar y criticar las manifestaciones culturales
- Obtener el conocimiento, capacidad y habilidad para poder informar y comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios profesionales

Módulo 7: Información cultural en radio

- Comprender el funcionamiento de las informaciones culturales en los medios radiofónicos
- Aprender y ser capaz de diferenciar los diferentes géneros periodísticos culturales que se utilizan en la radio
- Aprender a crear contenido cultural de cero para los medios radiofónicos
- Conocer las ventajas de este medio de comunicación con el fin de hacerle llegar la información a más oyentes
- Diseñar y producir campañas o productos comunicativos relaciones con el campo de la cultura
- Conocer y demostrar los procedimientos estándar para promover y difundir actos y hechos culturales
- Comunicar con un lenguaje adecuado en los medios profesionales
- Conocer y utilizar las tecnologías digitales para innovar en la producción y difusión de la cultura mediante la tecnología digital

Módulo 8. Visualización de datos en el Periodismo Cultural

- Elaborar proyectos de transmisión de información coherente de forma mínima
- Comunicar la información de forma clara y precisa buscando la legibilidad
- Comunicar con rigor y valor informativo
- Comunicar con estilo coherente y reconocible
- Diseñar y producir campañas o productos comunicativos especializados en la comunicación
- Conocer y utilizar las tecnologías digitales para innovar en la producción y difusión de la cultura mediante las tecnologías digitales

Módulo 9: Escritura creativa

- Aprender a construir y reconstruir a través de la literatura
- Analizar los procesos literarios dentro del periodismo y la cultura
- Crear contenidos narrativos y atractivos vinculadas a la divulgación de contenidos culturales de una manera creativa
- Potenciar la competencia literaria entre el estudiante
- Conocer y debatir sobre la escritura creativa
- Comprender y conocer las diferentes piezas periodísticas en la literatura y narrativa para poder ser capaz de llevarlas a cabo en un futuro
- Conocer y aprender las claves de una buena redacción periodística dentro de los medios de comunicación
- Saber realizar crónicas o críticas de una manera breve y adecuada al acontecimiento cultural que se trate

Módulo 10. Cultura audiovisual

- Adquirir herramientas teórico-prácticas para saber leer el aspecto cultural en los textos audiovisuales
- Usar el fenómeno cultural más allá de lo universal y extrapolarlo a el simbolismo para conseguir una mejor representación de la realidad por parte del espectador
- Conocer, identificar, describir y entender la situación de la realidad cultural en las sociedades contemporáneas, tanto en su dimensión creativa como industrial
- Conocer, comprender y analizar los lenguajes artísticos y los códigos culturales para poder interpretar, criticar y valorar con rigor las manifestaciones artísticas y culturales en los diferentes soportes y en los diferentes lenguajes
- Saber leer y analizar imágenes y textos audiovisuales
- Conocer las formas del lenguaje universal
- Comprender cuales son los diferentes discursos dentro del lenguaje audiovisual para su posterior evaluación
- Desarrollar el imaginario social para llevar a cabo aspectos culturales audiovisuales originales

Módulo 11. La cultura en la televisión

- Conocer y comprender el lenguaje audiovisual
- Analizar las variantes específicas del género televisivo
- Conocer, analizar y desarrollar los conceptos más técnicos del sector audiovisual
- Saber comprender y analizar diferentes ejemplos prácticos de programas a los que se han tenido que enfrentar en la vida real estos profesionales
- Conocimiento, capacidad y habilidad para poder informar y comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de manera profesional y rigurosa sobre hechos culturales
- Diseñar y producir campañas o productos comunicativos relacionados con el campo de especialización cultural
- Conocer y utilizar las tecnologías digitales para innovar en la producción y difusión de la cultura mediante las tecnologías digitales

Módulo 12. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales

- Tener conocimiento sobre el desarrollo de las culturas y ciberculturas como contextos esenciales para entender las reglas que priman en el ciberespacio
- Comprender la transformación de los medios tradicionales y el surgimiento de los nuevos medios
- Reflexionar de forma crítica sobre los fenómenos culturales y los nuevos contextos comunicativos
- Dominar la redacción periodística y el estar informado diariamente sobre los hechos culturales de actualidad
- Conocer, identificar, describir y entender la situación de la realidad cultural en las sociedades contemporáneas, tanto en su dimensión creativa como industrial
- Conocimiento y aplicación de las tecnologías y sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones informativas y/o culturales

Módulo 13: Diseño periodístico

- Desarrollar una mirada crítica y especialista ante los diferentes medios y sistemas de comunicación visuales que se desarrollan en el ámbito periodístico
- Ampliar la capacidad para concebir y ejecutar, en base a la información, composiciones informativas gráficas propias, de manera que transmitan eficazmente el mensaje pretendido
- Conocer el lenguaje y conocimientos prácticos para el diseño periodístico
- Conocer los diferentes recursos periodísticos que se llevan a cabo o se tienen en cuenta a la hora de generar las informaciones culturales en los medios
- Conocer la composición de un proyecto cultural impreso y saber desarrollarlo
- Adaptar el producto cultural a los diferentes espacios y públicos en donde van a ser consumidos y por quienes van a consumirlo

Módulo 14. Arte y cultura digital

- Conocer y entender las técnicas de producción de las diferentes industrias artísticas y culturales
- Desarrollar los conocimientos adecuados para desarrollar las técnicas en los tradicionales y nuevos medios expositivos
- Despertar una actitud crítica ante la hibridación de la técnica y las múltiples plataformas que sirven de contenedor para la trasmisión de un mensaje de tipo artístico
- 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
- Conocer e identificar las principales corrientes y teorías que formalizan y critican el fenómeno cultural desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo
- Saber interactuar con el espectador y tener conocimiento sobre la industria

Módulo 15. Taller de Periodismo Cultural

- Tener las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del periodismo cultural en distintos ámbitos
- Conocer en profundidad la comunicación digital y el periodismo cultural
- Saber identificar, realizar y desarrollar historias con los diferentes puntos que la engloban, marcados por el rigor y la marca personal
- Conocer y desarrollar las guías esenciales para llevar a cabo una documentación dentro del periodismo cultural
- Conocer, comprender e identificar las nuevas temáticas del periodismo, la cultura y la web 3.0
- Conocer el uso de las redes sociales dentro del periodismo cultural y los géneros periodísticos
- Saber cómo hacer uso de la información a través de las redes sociales y desarrollar un plan de comunicación
- Desarrollar contenidos específicos dentro del periodismo cultural en lo que se refiere al posicionamiento

Desarrolla tus habilidades de investigación y aprende a identificar nodos temáticos y problemas en los entornos cotidianos”

03

Competencias

El temario de este Máster Título Propio ha sido creado con el fin de ampliar las competencias y habilidades del profesional de la comunicación que curse esta titulación. Así, guiado por el equipo docente que imparte este programa, el alumnado será capaz de diseñar y producir campañas o productos comunicativos relacionados con el periodismo cultural. Para ello contará con el extenso conocimiento en este campo que encontrará a lo largo de las 1.500 horas lectivas de esta enseñanza.





Una enseñanza que te aporta el conocimiento necesario para que informes con rigor sobre cine, arte o literatura"

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, de transmitir emociones o de asesorar a personas y a organizaciones, especialmente en el campo del periodismo especializado en cultura
- Comprender e interpretar la realidad, en base a habilidades y procedimientos racionales y críticos
- Realizar el manejo de fuentes, tratamiento y gestión de la información, así como de organizar y planificar proyectos y, en general, capacidad de aplicar métodos de investigación para la resolución de problemas
- Comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de su área de conocimiento
- Transmitir y fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico y social dentro de una sociedad basada en el conocimiento
- Comprender e interpretar la diversidad social
- Promover el valor transformador del conocimiento en la sociedad





Competencias específicas

- Conocer, identificar, describir y entender la situación de la realidad cultural en las sociedades contemporáneas, tanto en su dimensión creativa como industrial
- Conocer, comprender y analizar los lenguajes artísticos y los códigos culturales para poder interpretar, criticar y valorar con rigor las manifestaciones artísticas y culturales en los diferentes soportes y en los diferentes lenguajes
- Conocer e identificar las principales corrientes y teorías que formalizan y critican el fenómeno cultural desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo
- Conocer e identificar los procesos informativo-comunicativos implicados en el periodismo cultural y saber aplicarlos profesionalmente en cada fase implicada
- Conocer y aplicar las tecnologías y sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones informativas y/o culturales
- Conocer la estructura de medios de comunicación especializados en cultura en los diferentes soportes y formatos
- Leer, interpretar, valorar y criticar manifestaciones culturales y artísticas, así como para entender y aplicar fuentes y datos del campo de especialización cultural
- Informar y comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de manera profesional y rigurosa sobre hechos culturales
- Demostrar los procedimientos estandarizados para promocionar, promover y difundir actos y hechos culturales
- Diseñar y producir campañas o productos comunicativos relacionados con el campo de especialización cultural
- Utilizar las tecnologías digitales para innovar en la producción y difusión de la cultura mediante las tecnologías digitales
- Estudiar, investigar y analizar científicamente los fenómenos culturales

04

Dirección del curso

Este Máster Título Propio cuenta con una profesional periodista conocedora ampliamente del ámbito cultura y con experiencia laboral en el mundo de la comunicación, tanto en medios convencionales como en digitales. Su extenso saber queda reflejado en el contenido de este programa, al que podrá acceder el alumnado las 24 horas del día. Además, la cercanía y proximidad de la docente le permitirá resolver cualquier duda que surja sobre el temario. Todo ello, con el objetivo por parte de TECH de que el alumnado alcance sus metas de progresión laboral a través de una enseñanza universitaria de calidad.





Da el paso y progresa de la mano de una profesional de la comunicación experta en Periodismo Cultural. Matricúlate ahora"

Dirección



Dra. Tobajas Gracia, María

- Responsable de comunicación, redacción y redes sociales en Actúa Aragón
- Locutora y redactora en Radio Ebro
- Redacción e investigación en Aragón Digital
- Redactora en Agrupación Deportiva Sala 10
- Especialista en marketing
- Community manager
- Doctora en Comunicación por la Universidad San Jorge



05

Estructura y contenido

TECH emplea en todas sus titulaciones el sistema de aprendizaje Relearning, con el cual el alumnado podrá progresar de un modo mucho más natural, reduciendo incluso las horas de estudio. El egresado que curse esta enseñanza universitaria encontrará además material multimedia que enriquecen y hacen más fluida la adquisición de conocimiento. De esta manera profundizará en la cultura audiovisual, la escritura creativa, el arte y la cultura digital o las redes sociales. Todo ello con el objetivo principal de lograr que alcance sus metas profesionales en el campo del Periodismo Cultural.





Un plan de estudios que te llevará durante 12 meses a profundizar en la industria cultural y su difusión a través de diferentes soportes informativos"

Módulo 1. El mercado de la cultura

1.1. La cultura fuera de la industria
- 1.1.1. El Mercado del Arte
  - 1.1.1.1. Entorno de la industria cultural y creativa: el lugar de las organizaciones culturales en la sociedad
  - 1.1.1.2. El impacto económico global de la Industria Cultural y Creativa
- 1.1.2. El patrimonio cultural y las artes escénicas
  - 1.1.2.1. El patrimonio cultural y las artes escénicas en la sociedad
  - 1.1.2.2. El patrimonio cultural y las artes escénicas en los medios de comunicación

1.2. Las industrias culturales
- 1.2.1. El concepto de industria cultural
  - 1.2.1.1. La industria editorial
  - 1.2.1.2. La industria musical
  - 1.2.1.3. La industria del cine

1.3 El periodismo y el arte
- 1.3.1. Nuevas y viejas formas de comunicación
  - 1.3.1.1. Inicios y evolución del arte en los medios
  - 1.3.1.2. Nuevas formas de comunicación y escritura

1.4. La cultura en el mundo digital
- 1.4.1. La cultura en el mundo digital
  - 1.4.1.1. La omnipresencia de lo visual. Controversias de la era digital
  - 1.4.1.2. La transmisión de la información a través de videojuegos
  - 1.4.1.3. El arte colaborativo

1.5. La estructura mediática
- 1.5.1. El sector audiovisual y de la prensa
  - 1.5.1.1. El impacto en la cultura de los grandes grupos mediáticos
  - 1.5.1.2. Plataformas en directo, un desafío para los medios convencionales
- 1.5.2. El sector del periodismo cultural



Módulo 2. Investigación, gestión y marketing cultural

2.1. Introducción al marketing
- 2.1.1. Las 4 P's
  - 2.1.1.1. Aspectos básicos del marketing
  - 2.1.1.2. El marketing mix
  - 2.1.1.3. La necesidad (o no) del marketing en el mercado cultural
- 2.1.2. El marketing y el consumismo
  - 2.1.2.1. El consumo de la cultura en España
  - 2.1.2.2. La calidad como factor transversal en los productos informativos

2.2. Marketing y valor: el arte por el arte, el arte dentro de programas ideológicos y el arte como producto de mercado
- 2.2.1. El arte por el arte
  - 2.2.1.1. El arte de las masas. La homogeneidad del arte y su valor
  - 2.2.1.2. ¿Se crea el arte para los medios o los medios transmiten el arte?
- 2.2.2. El arte dentro de programas ideológicos
  - 2.2.2.1. Arte, política y activismo
  - 2.2.2.2. Simbolismo básico dentro del arte
- 2.2.3. El arte como producto de mercado
  - 2.2.3.1. El arte en la publicidad
  - 2.2.3.2. Gestión cultural para un desarrollo exitoso de la obra

2.3. El marketing de las principales industrias culturales
- 2.3.1. Tendencias actuales de las principales industrias culturales
  - 2.3.1.1. Las necesidades de los consumidores/as representadas en] las empresas
  - 2.3.1.2. Productos culturales de éxito en los medios de comunicación
- 2.2.4. La investigación como herramienta central del marketing
  - 2.4.1.1. La recopilación de datos del mercado y de los consumidores/as
  - 2.4.1.2. La diferenciación en relación con la competencia
  - 2.4.1.3. Otras estrategias de investigación

2.5. El futuro del marketing cultural
- 2.5.1. El futuro del marketing cultural
  - 2.5.1.1. Las tendencias del marketing cultural
  - 2.5.1.2. Los productos culturales con mayor potencia en el mercado

Módulo 3. Análisis de la cultura

3.1. Aproximación teórica y metodológica a la cultura
- 3.1.1. Más allá de las costumbres
  - 3.1.1.1. Arte y transformación social
  - 3.1.1.2. Arte y feminismo
- 3.1.2. Los símbolos en la cultura
  - 3.1.2.1. Simbología griega y romana
  - 3.1.2.2. Simbología religiosa
  - 3.1.2.3. Simbología contemporánea

3.2. Cultura, comunicación y sentido
- 3.2.1. Lenguaje, pensamiento y realidad
  - 3.2.1.1. El concepto de cultura y los cambios culturales
  - 3.2.1.2. La aproximación cultural a través del arte
- 3.2.2. Cultura, experiencia y representación
  - 3.2.2.1. Arte experiencial

3.3. Cultura e imaginarios
- 3.3.1. Cultura de masas y culturas visuales
  - 3.3.1.1. Estereotipos en los medios de masas
  - 3.3.1.2. Integración cultural en los medios de comunicación
- 3.3.2. La cultura y la imagen: imaginación, representación e imaginarios
  - 3.3.2.1. Arte Queer, invisibilización histórica
  - 3.3.2.2. El arte urbano como herramienta de empoderamiento

Módulo 4. Comunicación intercultural y alternativa

4.1. Concepto de cultura, grupo e identidad. Racismo, xenofobia y etnocentrismo
- 4.1.1. Concepto de cultura, grupo e identidad
  - 4.1.1.1. Cultura de masas y homogeneización cultural
  - 4.1.1.2. Regionalismos y diferenciación cultural
- 4.1.2. Racismo, xenofobia y etnocentrismo
  - 4.1.2.1. Las distinciones sociales y culturales
  - 4.1.2.2. Cómo informar acerca de los rechazos a grupos sociales

4.2. Comunicación intercultural interpersonal
- 4.2.1. De personas a personas
  - 4.2.1.1 La comunicación intercultural en un mundo global
  - 4.2.1.2. Medios de comunicación y construcción de identidades
  - 4.2.1.3. La Comunicación como Eje de Transmisión de Valores Interculturales

4.3. Gestión de la comunicación intercultural en las organizaciones
- 4.3.1. Gestión de la comunicación intercultural en las organizaciones
  - 4.3.1.1. La competencia intercultural en las organizaciones
  - 4.3.1.2. Comunicación y sostenibilidad

4.4. Prácticas mediáticas tradicionales y representación de las culturas
- 4.4.1. La diversidad en la publicidad
  - 4.4.1.1. Diversidades culturales y sexismo en la publicidad
  - 4.4.1.2. La diversidad como clave del éxito
- 4.4.2. Guía de buenas prácticas interculturales en el periodismo
  - 4.4.2.1. Inclusión de las minorías en los medios
  - 4.4.2.2. La imparcialidad religiosa en grandes conflictos
  - 4.4.2.3. Cuando las minorías se convierten en la mayoría

4.5. Nuevos medios, nuevas apropiaciones de grupos ¿minoritarios?
- 4.5.1. Ciberactivismo en África
  - 4.5.1.1. La primavera árabe desde Twitter
  - 4.5.1.2. La reconexión de las mujeres
  - 4.5.1.3. El ciberactivismo Queer

Módulo 5. Periodismo cultural en medios impresos: géneros interpretativo

5.1. Géneros interpretativos
- 5.1.1. Textos interpretativos de contenido cultural
  - 5.1.1.1. La subjetividad en el periodismo y en la cultura
  - 5.1.1.2. Técnicas de interpretación en el periodismo
  - 5.1.1.3. Grandes intérpretes culturales
- 5.1.2. Entrevista, reportaje, crónica, crítica y ensayo
  - 5.1.2.1. Entrevista
  - 5.1.2.2. Reportaje y crónica
  - 5.1.2.3. Crítica y ensayo

5.2. Géneros de opinión
- 5.2.1. Textos de opinión: editorial, columna y artículo
  - 5.2.1.1. Editorial
  - 5.2.1.2. Columna
  - 5.2.1.3. Artículo

5.3. La crítica como género nuclear de la especialización periodística cultural
- 5.3.1. La crítica como género nuclear de la especialización periodística
  - 5.3.1.1. Crítica y escritura
  - 5.3.1.2. La crítica transmedia

5.4. El perfil del periodista cultural
- 5.4.1. El día a día en el periodismo
  - 5.4.1.1. Aproximación teórica al periodismo cultural
  - 5.4.1.2. Documentación informativa
  - 5.4.1.3. La proactividad como exigencia profesional
- 5.4.2. La agenda en el periodismo cultural
  - 5.4.2.1. La espiral del silencio
  - 5.4.2.2. La agenda setting

5.5. La especialización periodística
- 5.5.1. Especialización en función de las audiencias
  - 5.5.1.1. El periodismo especializado
  - 5.5.1.2. Las audiencias exigentes
  - 5.5.1.3. El periodismo cultural como especialización



Módulo 6. Información cultural en prensa

6.1. Información cultural en la prensa diaria
- 6.1.1. La agenda cultural. Valoración del hecho informativo
  - 6.1.1.1. Valoración del hecho informativo
  - 6.1.1.2. La información cultural en la prensa
  - 6.1.1.3. Agendas culturales: ejemplos

6.2. Géneros informativos en el periodismo cultural
- 6.2.1. Géneros informativos en el periodismo cultural
  - 6.2.1.1. La noticia, el reportaje, la entrevista objetiva y la documentación

6.3. El titular informativo
- 6.3.1. Elementos de titulación. La redacción del titular. Normas básicas de redacción
  - 6.3.1.1. Elementos de titulación
  - 6.3.1.2. La redacción del titular
  - 6.3.1.3. Normas básicas de redacción

6.4. La importancia del párrafo de entrada
- 6.4.1. El origen y funcionalidad del primer párrafo. Normas básicas de redacción del primer párrafo de la noticia
  - 6.4.1.1 El origen y funcionalidad del primer párrafo
  - 6.4.1.2. Normas básicas de redacción del primer párrafo de la noticia

6.5. La capacidad de comunicar
- 6.5.1. Libros de estilo. El estilo periodístico. Estructuración del contenido
  - 6.5.1.1. Libros de estilo
  - 6.5.1.2. El estilo periodístico
  - 6.5.1.3. Estructuración del contenido

6.6. Taller de redacción
- 6.6.1. Taller de redacción periodística cultural
  - 6.6.1.1. Análisis de entrevistas
  - 6.6.1.2. Análisis de reportajes y crónicas
  - 6.6.1.3. Análisis de reseñas, reseñas críticas, artículos de opinión y columnas de opinión

Módulo 7. Información cultural en radio

7.1. Objetivos de la información en la radio
- 7.1.1. Características frente a otros medios
  - 7.1.1.1. El origen de la radio
  - 7.1.1.2. Características frente a otros medios
  - 7.1.1.3. El papel de la radio en la actualidad
- 7.1.2. El lenguaje radiofónico
  - 7.1.2.1. Lo que el lenguaje le permite a la radio
  - 7.1.2.2. El acento en la radio
  - 7.1.2.3. La retransmisión de acontecimientos

7.2. Introducción a los programas culturales radiofónicos
- 7.2.1. Sinopsis y titulares o sumarios
  - 7.2.1.1. Los espacios informativos
  - 7.2.2.2. La participación del oyente en los espacios informativos
  - 7.2.2.3. Las nuevas tecnologías en la radio

7.3. El reportaje y la entrevista
- 7.3.1. El reportaje y la entrevista
  - 7.3.1.1. El reportaje
  - 7.3.1.2. La entrevista

7.4. Elementos de continuidad
- 7.4.1. La fluidez en la radio
  - 7.4.1.1. Locución y moderación vocal
  - 7.4.1.2. La repetición

7.5. El guion radiofónico
- 7.5.1. Herramientas para los periodistas culturales en la radio
  - 7.5.1.1. El guion radiofónico
  - 7.5.1.2. Documentación en la radio
  - 7.5.1.3. Los manuales de estilo

Módulo 8. Visualización de datos en el periodismo cultural

8.1. Disposición visual de la información
- 8.1.1. Los fundamentos de los modelos de visualización de la información
  - 8.1.1.1. La imagen en la prensa
  - 8.1.1.2. La visualización de la información

8.2. Evolución de la infografía periodística
- 8.2.1. Infografías en la prensa, periodismo de precisión y visualización analítica
  - 8.2.1.1. Infografía en la prensa
  - 8.2.1.2. Periodismo de precisión
  - 8.2.1.3. Visualización analítica

8.3. Clasificación de las infografías
- 8.3.1. Hacia un nuevo modelo periodístico
  - 8.3.1.1. La digitalización de los datos
  - 8.3.1.2. La interacción de los datos en los medios. De la publicidad a la información
- 8.3.2. Visualización analítica y sociedad de la información
  - 8.3.2.1. Eliminación de lo superfluo
  - 8.3.2.2. Tablas, diagramas, gráficos, mapas, cajas de datos, infogramas, inforrelatos

8.4. El papel del profesional del periodismo y de la infografía
- 8.4.1. Construir una sección de infografía en los diferentes medios
  - 8.4.1.1. Herramientas de creación de infografías
  - 8.4.1.2. Adaptación de la información a los medios
  - 8.4.1.3. La agencia de infografías

8.5. Digitalización e interactividad
- 8.5.1. La visualización interactiva en un mundo multimedia y multiplataforma
  - 8.5.1.1. La visualización interactiva
  - 8.5.1.2. Principios esenciales del diseño de interacción
  - 8.5.1.3. Multimedialidad

8.6. Elementos de las infografías en el periodismo
- 8.6.1. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El trabajo del día a día. La elección del software. Los textos: titulares y cuerpo de la información. Las ilustraciones. Las fuentes. La firma
  - 8.6.1.1. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El trabajo del día a día
  - 8.6.1.2. Los textos: titulares y cuerpo de la información
  - 8.6.1.3. Las ilustraciones. Las fuentes. La firma
- 8.6.2. La importancia de la elección tipográfica. Los colores y el tamaño también son información
  - 8.6.2.1. La importancia de la elección tipográfica
  - 8.6.2.2. Los colores y el tamaño

Módulo 9. escritura creativa

9.1. Literatura y periodismo
- 9.1.1. Nuevo periodismo: vigencia y caducidad de las narrativas periodísticas
  - 9.1.1.1. Info-ficción
  - 9.1.1.2. Construcción literaria de la realidad
  - 9.1.1.3. El acontecimiento escénico
- 9.1.2. Análisis de reportajes clásicos y recientes del nuevo periodismo
  - 9.1.2.1. Obra y trayectoria de los periodistas y escritores más destacados de este ámbito
  - 9.1.2.2. Medios de comunicación (revistas, suplementos, programas audiovisuales

9.2. La diversificación de la realidad
- 9.2.1. La imaginación frente a la tematización de la cultura
  - 9.2.1.1. El posicionamiento entre la evidencia
  - 9.2.1.2. El recuento de las historias publicadas
  - 9.2.1.3. La crónica y el reportaje literario
- 9.2.2. Reescritura de las piezas periodísticas originales
  - 9.2.2.1. Crónicas
  - 9.2.2.2. Entrevistas
  - 9.2.2.3. Reportajes

9.3. La reconstrucción literaria de la realidad
- 9.3.1. El artículo periodístico-literario de un evento cultural presenciado
  - 9.3.1.1. Artes escénicas, plásticas, literatura, cine, ocio infantil, museos, arquitectura, gastronomía, ferias, etc.
  - 9.3.1.2. Programación cultural medios de comunicación
  - 9.3.1.3. Internet y redes sociales
- 9.3.2. Diseño y elaboración de un artículo periodístico-literario
  - 9.3.2.1. Claves de redacción

Módulo 10. Cultura audiovisual

10.1. Imagen audiovisual y cultura
- 10.1.1. Aprender a mirar
  - 10.1.1.1. El estudio de la relación "imagen-cultura" a través del símbolo
  - 10.1.1.2. La lectura de la imagen audiovisual
  - 10.1.1.3. El método de Análisis Textual
- 10.1.2. Los símbolos en la cultura visual
  - 10.1.2.1. La imagen audiovisual como forma simbólica
  - 10.1.2.2. Los símbolos más usados en el mundo audiovisual

10.2. Las formas en el lenguaje audiovisual
- 10.2.1. La ley del deseo: el cine como una fábrica de sueños
  - 10.2.1.1. Las tres tareas creativas del lenguaje audiovisual: puesta en escena, puesta en cuadro y puesta en serie
  - 10.2.1.2. El espectador. El proceso de identificación narrativo
  - 10.2.1.3. Las raíces míticas del relato audiovisual

10.3. Los discursos en el lenguaje audiovisual
- 10.3.1. El discurso audiovisual
  - 10.3.1.1. El discurso audiovisual
  - 10.3.1.2. Clasicismo y ruptura de la (post)modernidad

10.4. El cine y el imaginario visual
- 10.4.1. La dimensión narrativa del imaginario
  - 10.4.1.1. La dimensión narrativa del imaginario
  - 10.4.1.2. La construcción de la identidad

10.5. Imágenes de la alteridad
10.5.1. Construcción y reconstrucción de arquetipos
10.5.1.1. La representación del Otro
10.5.1.2. Imágenes de la alteridad

Módulo 11. La cultura en la televisión

11.1. Fundamentos teóricos
11.1.1. Conceptos básicos y diferencias con la radio y otros medios
11.1.1.1. Conceptos básicos de realización televisiva
11.1.1.2. Diferencia con el cine, la radio y otros medios
11.2. El proceso de la creación televisiva
11.2.1. La producción en el estudio
11.2.1.1. Particularidades de la grabación en estudio
11.2.1.2. Funciones de la profesional de realización
11.2.1.3. Resto del personal y material técnico
11.2.2. Técnica multicámara
11.2.2.1. Diferencias respecto a la realización con una sola cámara
11.2.2.2. Triángulo de cámara
11.2.2.3. El directo televisivo
11.2.2.4. La escaleta
11.2.2.5. Magazines, el debate, la entrevista... la puesta en escena
11.3. El documental y el reportaje cultural
11.3.1. Introducción al documental
11.3.1.1. Documental y el periodismo
11.3.1.2. Interacción con la realidad
11.3.1.3. Documental de creación
11.3.2. Reportaje
11.3.2.1. El periodismo cultural audiovisual
11.3.2.2. Reportaje, noticia y editorial
11.3.2.3. Características del reportaje
11.3.3. El proyecto documental- reportaje
11.3.3.1. Introducción
11.3.3.2. Argumento
11.3.3.3. Contexto
11.3.3.4. Sinopsis y estructura
11.3.3.5. Forma y estilo
11.3.3.6. Público

Módulo 12. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales

12.1. La cultura y la cibercultura
12.1.1. Cibercultura y comunicación digital
12.1.1.1. Conceptos básicos
12.1.1.2. Nuevo modelo cultural
12.1.1.3. Cultura naciente y producto cultural
12.1.2. Nuevas formas de la comunicación social
12.1.2.1. Cibercultura popular
12.1.2.2. Transculturación y cibertransculturación
12.1.3. La proactividad en la sociedad actual
12.1.3.1. Civilización digital
12.1.3.2. Inteligencia colectiva
12.2. El ciberperiodismo
12.2.1. Creación de contenido digital
12.2.1.1. Periodismo en la web
12.2.1.2. Escribir contenidos culturales en y para la web
12.2.2. Comunicación 2.0 y 3.0
12.2.2.1. Interactividad
12.2.2.2. Red social
12.2.3. Hipertexto y multimedialidad
12.2.3.1. Impacto del hipertexto en los géneros periodísticos tradicionales y desarrollo de nuevos géneros
12.2.3.2. Estudio y aplicación de los recursos multimedia en el periodismo difundido en la Web

Módulo 13. Taller de diseño periodístico I

13.1. El diseño periodístico en la sociedad de la información
- 13.1.1. El diseño de la información en el periodismo cultural
  - 13.1.1.1. Concepto de diseño periodístico
  - 13.1.1.2. Elementos, objetivos y especialidades
  - 13.1.1.3. El diseño de la información en el periodismo cultural
  - 13.1.1.4. La función del diseñador en la sociedad actual

13.2. Lenguaje textual y tipográfico en el diseño periodístico
- 13.2.1. Lenguaje textual y tipográfico en el diseño periodístico
  - 13.2.1.1. La estructuración del espacio que alberga los signos: formato, mancha y retícula
  - 13.2.1.2. Los signos lingüísticos y su apariencia gráfica: tipografía, tamaño, color,orientación
  - 13.2.1.3. Visibilidad y legibilidad
  - 13.2.1.4. Conceptos básicos de los elementos periodísticos textuales
  - 13.2.1.5. El texto como recurso informativo
- 13.2.2. Tipografía: conceptos esenciales y su integración con otros elementos
  - 13.2.2.1. Conceptos esenciales (clases, elección y legibilidad)
  - 13.2.2.2. Recursos de diseño eficaz (ubicación, tamaño y extensión)
  - 13.2.2.3. Integración de los recursos de diseño con otros elementos (icónicos, plásticos y estructurales)

13.3. El papel de la imagen para informar
- 13.3.1. El papel de la imagen para informar
  - 13.3.1.1. Fotografía, ilustración e infografía
  - 13.3.1.2. Funciones y estilos
- 13.3.2. Recursos periodísticos básicos
  - 13.3.2.1. Fotografía
  - 13.3.2.2. Ilustración
  - 13.3.2.3. Infografía

13.4. El color en el diseño de la información
- 13.4.1. El color en el periodismo cultural
  - 13.4.1.1. El significado del color a nivel cultural
  - 13.4.1.2. Aplicación técnica y periodística del color
  - 13.4.1.3. El color y el periodismo cultural

13.5. Composición de un proyecto cultural impreso
- 13.5.1. Jerarquización y estructuración de los elementos
  - 13.5.1.1. Aplicación conjunta de los recursos de jerarquización y estructuración disponibles
  - 13.5.1.2. Contraste, proporción, armonía, simetría y equilibrio
- 13.5.2. Adaptación al producto cultural y a la cultura del público
  - 13.5.2.1. Adaptación al producto cultural
  - 13.5.2.2. Adaptación a la cultura del público
  - 13.5.2.3. Consideración de las posibilidades técnicas y económicas disponibles

Módulo 14. Taller de diseño periodístico II

14.1. La adaptación del modelo artístico a los medios de comunicación
- 14.1.1. La genealogía de nuevos formatos artísticos
  - 14.1.1.1. De la fotografía al Net.art
- 14.1.2. El arte en los medios y los medios en el arte
  - 14.1.2.1. Incursión del arte de los medios
  - 14.1.2.2. El arte en los nuevos medios
  - 14.1.2.3. Movimientos artísticos contemporáneos

14.2. La tecnología digital y la fotografía
- 14.2.1. La pic-revolución
  - 14.2.1.1. Estudio y valoración de la tecnología digital adaptada al campo de la obra fotográfica
  - 14.2.1.2. Manifestaciones: el arte en internet
  - 14.2.1.3. Hacktivismo

14.3. El medio como soporte artístico
- 14.3.1. Análisis de la viabilidad del arte en los medios
  - 14.3.1.1. El arte multimedia
  - 14.3.1.2. Los límites del arte en los medios

14.4. La interacción con el (no) espectador
- 14.4.1. La exigencia de la participación del público en la obra
  - 14.4.1.1. Interactividad Mecánica-Eléctrica
  - 14.4.1.2. Interactividad en los videojuegos
  - 14.4.1.3. Interactividad electrónica
- 14.4.2. ¿De quién es el arte? La influencia de la sociedad en el arte y cómo se traslada a los medios
  - 14.4.2.1. La influencia de la sociedad en el arte
  - 14.4.2.2. Traslado del arte a los medios de comunicación

14.5. El arte actual
- 14.5.1. Producción, comisariado y exhibición de arte digital y museo inmaterial
  - 14.5.1.1. Producción
  - 14.5.1.2. Comisariado
  - 14.5.1.3. Exhibición de arte digital y museo inmaterial

Módulo 15. Taller de periodismo cultural

15.1. La red de la comunicación digital
- 15.1.1 El periodismo cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital
  - 15.1.1.1. Objetivos y fuentes del periodismo cultural en los medios audiovisuales
  - 15.1.1.2. Conocer al público y saber dónde encontrarlo
  - 15.1.1.3. Programas y géneros del periodismo cultural en medios lineales y no lineales de Radio y Televisión
- 15.1.2. El arte de contar las historias
  - 15.1.2.1. La perspectiva de la narratología y el storytelling
  - 15.1.2.2. Autoconocimiento, motivación y metas personales en el ejercicio del periodismo cultural
  - 15.1.2.3. La creatividad y el punto de vista del relato periodístico
  - 15.1.2.4. El rigor informativo en la información cultural
  - 15.1.2.5. La identidad y el estilo marca personal

15.2. Documentación periodística
- 15.2.1. Guías esenciales de documentación periodística cultural
  - 15.2.1.1. Documentación histórica
  - 15.2.1.2. Documentación actual
  - 15.2.1.3. La rabiosa actualidad

15.3. Tendencias actuales de la comunicación aplicadas al periodismo cultural
- 15.3.1. La filosofía 3.0 de la comunicación
  - 15.3.1.1. La web 3.0: definiciones y características
  - 15.3.1.2. El periodismo cultural en la web 3.0
  - 15.3.1.3. Características de la redacción periodística a partir de la convergencia

15.4. Las redes sociales y el periodismo
- 15.4.1. Gestión de medios y redes sociales
  - 15.4.1.1. Facebook
  - 15.4.1.2. Twitter
  - 15.4.1.3. Instagram
  - 15.4.1.4. Linkedin
  - 15.4.1.5. Otras redes
- 15.4.2. Contenidos periodísticos interactivos
  - 15.4.2.1. El rol del profesional del periodismo
  - 15.4.2.2. Informar o entretener
  - 15.4.2.3. Más medios digitales
  - 15.4.2.4. Contenidos de periodismo interactivo
- 15.4.3. Los paradigmas de la comunicación
  - 15.4.3.1. La audiencia y el usuario
  - 15.4.3.2. El medio y el contenido
  - 15.4.3.3. El soporte
  - 15.4.3.4. El tiempo
  - 15.4.3.5. La desinformación



15.5. La visibilidad de la información sobre cultura en la Red

15.5.1. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados

15.5.1.1. SEO

15.5.1.2. SEM

15.5.1.3. SMO

15.5.1.4. SMM

15.5.1.5. SERM

Una experiencia de especialización única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional"

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.

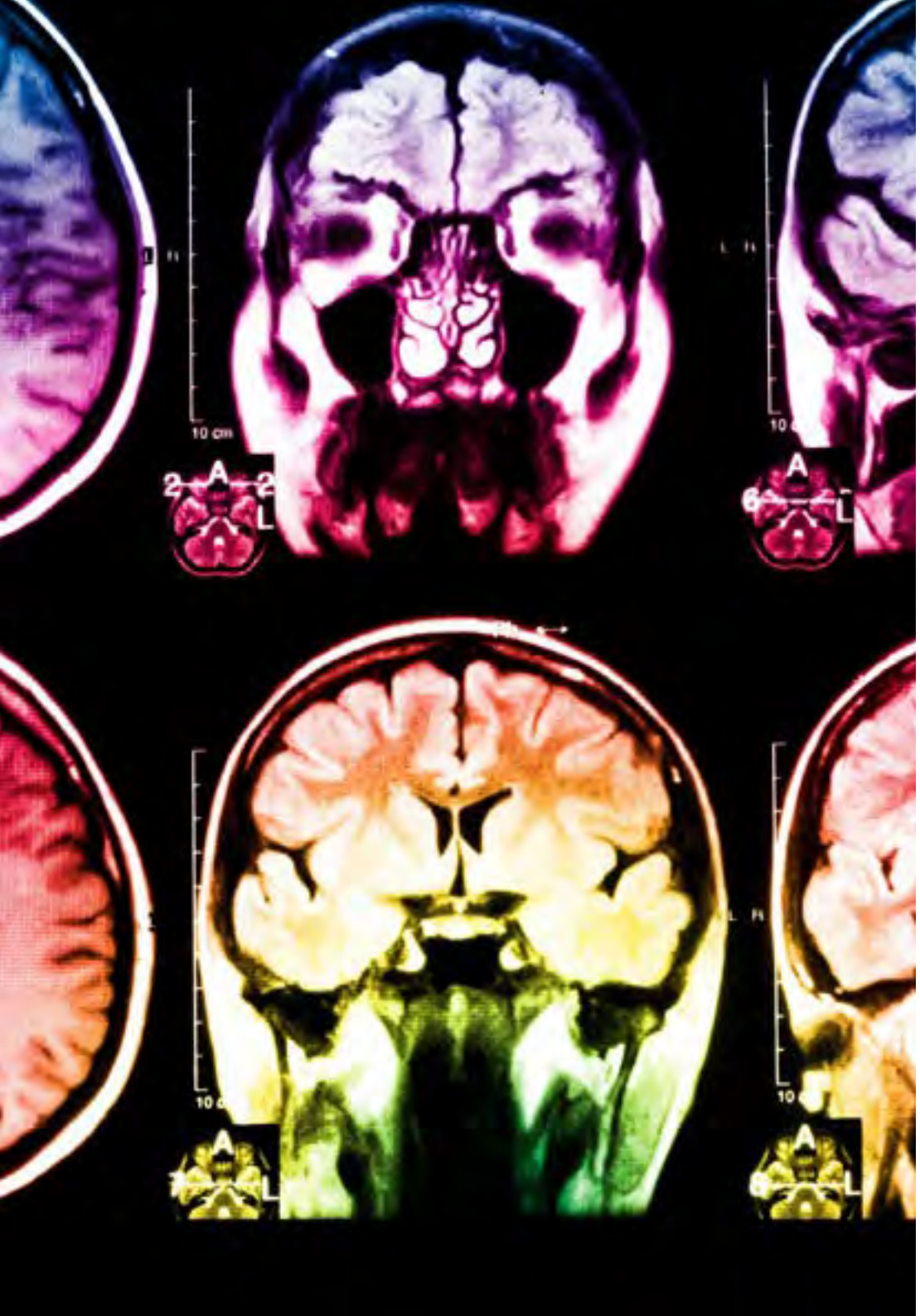
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

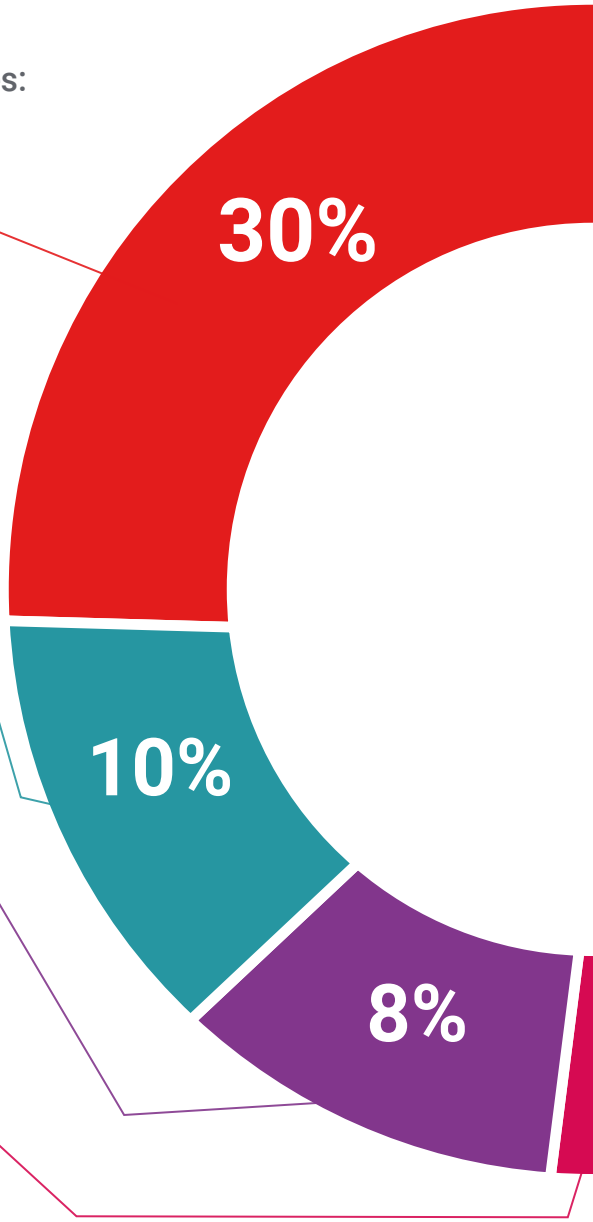
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

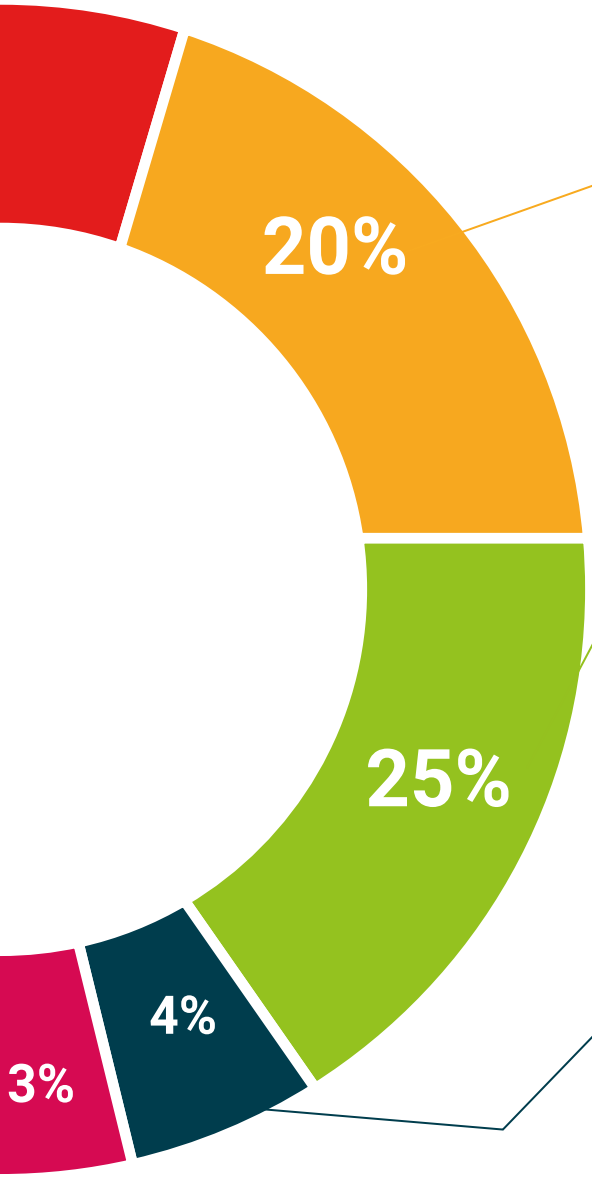
Prácticas de habilidades y competencias

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 Cultural 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 Cultural** 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 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 de carreras profesionales.

Título**: Máster Título Propio en Periodismo Cultural**

N.º 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 Cultural

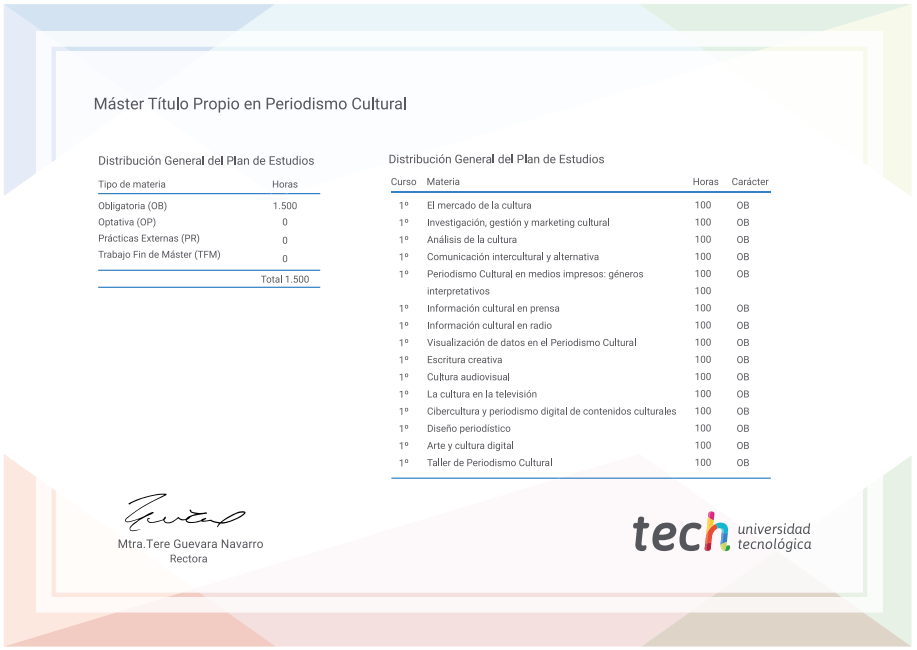
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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 Cultural

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	El mercado de la cultura	100	OB
1º	Investigación, gestión y marketing cultural	100	OB
1º	Análisis de la cultura	100	OB
1º	Comunicación intercultural y alternativa	100	OB
1º	Periodismo Cultural en medios impresos: géneros interpretativos	100	OB
1º	Información cultural en prensa	100	OB
1º	Información cultural en radio	100	OB
1º	Visualización de datos en el Periodismo Cultural	100	OB
1º	Escritura creativa	100	OB
1º	Cultura audiovisual	100	OB
1º	La cultura en la televisión	100	OB
1º	Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales	100	OB
1º	Diseño periodístico	100	OB
1º	Arte y cultura digital	100	OB
1º	Taller de Periodismo Cultural	100	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.

salud
personas
enseñanza
comunidad
innovación
conocimiento
instituciones



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Periodismo Cultural

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

Máster Título Propio
Periodismo Cultural



tech universidad tecnológica