Máster Título Propio
Periodismo Deportivo

Avalado por la NBA



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Periodismo Deportivo

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

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 16

04 Dirección del curso — pág. 20

05 Estructura y contenido — pág. 24

06 Metodología — pág. 38

07 Titulación — pág. 46

01

Presentación

La esencia del Periodismo Deportivo sigue siendo la misma: estar en el sitio, presenciar lo que acontece y saber contarlo. Pero el entorno digital lo ha cambiado todo. Las posibilidades para transmitir información se han multiplicado y el nuevo periodista deportivo debe manejar los soportes tradicionales y las nuevas herramientas para informar con eficacia y rigor a una audiencia cada vez más crítica y participativa. Este programa es la mejor herramienta que el periodista puede encontrar para obtener un impulso decisivo en el sector de la comunicación deportiva. Con la última tecnología educativa y el prestigio de TECH, la universidad online más grande del mundo, en español.





Especialízate en Periodismo Deportivo con un Máster Título Propio de alta calidad que te proporcionará las competencias de un profesional de primera línea en esta área de trabajo"

La especialización es un factor determinante en cualquier profesión, en el Periodismo Deportivo también, pero la problemática es aún más compleja en el mundo de la comunicación porque el entorno digital ha cambiado no solo el concepto de los medios (un periódico es hoy algo diferente en el contexto 'transmedia'), sino también el del periodista, que se ha convertido en un profesional multimedia y, como tal, debe dominar todas las posibilidades que ofrecen los distintos medios (también las redes sociales) y sus herramientas (un móvil o smartphone, sin ir más lejos, puede considerarse una de ellas).

Docentes de reconocido prestigio y profesionales con muchos años de experiencia, hemos analizado profundamente las alternativas educativas que ofrece el mercado para abordar con éxito los nuevos retos a los que se enfrenta la profesión. El Máster Título Propio en Periodismo Deportivo que ofrece TECH Universidad Tecnológica es, sin duda, el más completo de todos porque abordamos la especialización en sus múltiples vertientes.

El Máster Título Propio en Periodismo Deportivo ofrece a los profesionales del Periodismo la opción práctica, dinámica y flexible para actualizar técnicas y conceptos en su especialidad, así como para descubrir procesos innovadores aplicables a la práctica de su profesión.

Además, se incluyen 10 completas masterclass ofrecidas por un cuadro docente invitado de primer nivel, conformado por expertos en la NBA con una larga trayectoria en el análisis y retransmisión deportiva. Ellos darán su visión única y distintiva de cada tema tratado en el Máster Título Propio, aportando un enfoque práctico relevante para el periodismo de datos, lenguaje deportivo y retransmisión de grandes eventos, entre otros.

Este Máster Título Propio cubre muchas de las carencias educativas que tienen algunos de los actuales profesionales de los medios de comunicación en otras disciplinas deportivas (baloncesto, ciclismo, tenis, deportes de motor, etc.), constituye un valor fundamental para quienes aspiran a ser los nuevos referentes del Periodismo Deportivo.

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

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

Benefíciate de 10 completas masterclass, dictadas por 2 profesionales internacionales con años de experiencia en la retransmisión de partidos de la NBA"

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

El equipo de profesores del programa en Periodismo Deportivo posee una amplísima experiencia en docencia a nivel universitario, tanto en programas de grado como de postgrado, y una amplísima experiencia como profesionales en activo, lo cual les permite conocer, de primera mano, la profunda transformación que sufre el sector de la comunicación. Sus experiencias directas, sus conocimientos, así como la capacidad analítica de quienes ostentan un cargo directivo, constituyen la mejor fuente para captar las claves del presente y del futuro de una profesión vocacional y apasionante para quienes son amantes del deporte y la comunicación.

La metodología propia de los programas que se ofrecen en TECH Universidad Tecnológica, en formato online, permite romper las barreras que imponen las obligaciones laborales y la difícil conciliación con la vida personal. Acceder a la capacitación presencial es prácticamente imposible para quienes se encuentran involucrados en la exigencia laboral diaria.

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

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

Capacítate en uno de los campos más interesantes del periodismo con TECH Universidad Tecnológica.



02

Objetivos

El programa en Periodismo Deportivo está dirigido a obtener un grado de especialización que permita al profesional de periodismo desarrollar su carrera en esta área de forma óptima. Para ello se ha desarrollado el imprescindible contenido teórico que servirá como fundamentación a la práctica, que se desarrollará de forma intensiva a lo largo de todo el programa.





Conoce la forma de trabajo de todos los ámbitos del Periodismo Deportivo, los métodos más actuales de trabajo y los diferentes campos en que se puede desarrollar esta actividad. Todo ello con la calidad de TECH Universidad Tecnológica"

Objetivos generales

- Analizar las tendencias actuales y las formas en las que se manifiesta el Periodismo Deportivo
- Examinar las habilidades personales y profesionales de un comunicador deportivo
- Identificar las oportunidades para sacar partido a la generación de contenido especializado, original y de valor para el usuario
- Generar conocimiento especializado sobre la organización y gestión, hoy día, en una redacción deportiva multimedia
- Desarrollar conocimiento especializado sobre la actividad deportiva y las entidades que componen el tejido empresarial en este ámbito
- Determinar los perfiles y habilidades necesarias para las empresas deportivas
- Identificar la importancia de la comunicación en el ámbito deportivo
- Generar conocimiento especializado sobre el marketing y el patrocinio deportivo
- Analizar el impacto del deporte en la sociedad
- Profundizar en el conocimiento de las organizaciones deportivas
- Definir las funciones de los departamentos de comunicación de las empresas deportivas
- Examinar los cambios producidos en la gestión de empresas deportivas
- Definir las distintas áreas de las organizaciones deportivas
- Abordar el desarrollo del marketing y la publicidad en el deporte
- Profundizar en la historia del deporte
- Examinar el escenario radiofónico actual, y de la radio deportiva en particular, detectando las amenazas que suponen las nuevas tecnologías y las fortalezas con las que cuenta la radio
- Analizar e identificar los diferentes tipos de programas deportivos radiofónicos que existen en la actualidad
- Fundamentar la evolución histórica de la radio deportiva desde su nacimiento hasta la actualidad y conocer los hitos que han marcado su avance
- Compilar las necesarias competencias periodísticas en el ámbito del deporte para poder ejercer con rigor un Periodismo tan especializado como el deportivo
- Definir la transformación del modelo tradicional de radio, convertida como otros medios en 'transmedia', para ser capaz de visualizar alternativas en el Periodismo Deportivo del futuro
- Examinar el panorama actual del deporte en televisión, con la doble vía que ofrecen canales generalistas y temáticos, y con dos estilos enfrentados, programas de calidad y programas 'telebasura'
- Analizar e identificar los diferentes formatos que abordan la información deportiva: informativos, programas y retransmisiones
- Evaluar el impacto de las nuevas tecnologías en la televisión, la revolución que ha supuesto en el consumo de contenidos deportivos, y su aplicación en la cobertura y emisión del deporte
- Concretar los momentos decisivos que la cobertura informativa del deporte ha tenido en la historia de la televisión
- Compilar la terminología imprescindible para el manejo de los contenidos audiovisuales que se ofrecen en televisión
- Exponer todos los agentes internos y externos que participan en la retransmisión de un evento deportivo

- Evaluar las similitudes y diferencias entre la televisión y la radio en la retransmisión de un evento deportivo
- Desarrollar las técnicas que permiten el uso de la voz como herramienta, aplicando el ritmo y la entonación que requieren la televisión
- Concretar cuál es el funcionamiento de una redacción deportiva en televisión y cómo interactúan sus distintos miembros
- Demostrar la importancia de los derechos de retransmisión y el poder que la televisión tiene en la toma de decisiones a la hora de organizar un evento deportivo
- Interpretar las audiencias y el efecto que ha supuesto la tecnología en los telespectadores, que han abandonado su papel pasivo
- Valorar la figura del presentador de deportes en televisión, las técnicas y herramientas de que dispone, y la forma de 'actuar' en función del tipo de programa
- Definir los elementos que participan en la grabación, edición, montaje y postproducción de un vídeo en televisión
- Compilar, gestionar e interpretar datos relevantes a través de herramientas digitales específicas
- Dominar herramientas y recursos para visualizar datos de forma clara y atractiva
- Analizar en profundidad eventos deportivos
- Establecer relaciones con las principales fuentes del Periodismo Deportivo de investigación
- Presentar a la fotografía como parte importante dentro del discurso periodístico
- Demostrar que, de una manera u otra, las imágenes sustentan las historias
- Reconocer el valor capital del fotoperiodista
- Establecer un acercamiento a las distintas vertientes de la fotografía deportiva
- Desarrollar competencias para una óptima distribución de los contenidos polideportivos
- Compilar conocimientos avanzados de las disciplinas deportivas de mayor proyección mediática
- Analizar las claves de casi cincuenta disciplinas más para reforzar una apta visión panorámica en materia polideportiva
- Examinar las pautas más recomendables a la hora de abordar la crónica y otros géneros periodísticos (para cubrir estos deportes)
- Generar conocimiento especializado en materia de reglamentos, estrategias que posteriormente enriquezcan las piezas periodísticas
- Profundizar en la historia de los grandes eventos deportivos y en la dimensión geopolítica que los contextualiza
- Analizar los hitos históricos que han encontrado en los grandes eventos la repercusión necesaria para romper los esquemas sociales establecidos
- Evaluar la íntima relación entre el poder y el deporte, la política y los grandes acontecimientos deportivos, con los medios de comunicación ejerciendo a veces como poder y otras muchas veces su auténtica función de contrapoder
- Ofrecer las claves para un correcto uso del lenguaje del deporte
- Dar a conocer la diversidad terminológica existente en el universo deportivo
- Aplicar los conocimientos sobre el uso del lenguaje a la redacción periodística de crónicas, noticias, reportajes o entrevistas

Objetivos específicos

Módulo 1. El Periodismo Deportivo

- Analizar el rumbo del periodismo deportivo: "hacia dónde se mueve"
- Profundizar en las formas de organización de las redacciones deportivas
- Identificar las oportunidades que ofrece la tecnologización del periodismo
- Examinar las cualidades del buen periodista deportivo
- Definir las distintas fuentes del periodismo deportivo
- Especificar los códigos éticos y deontológicos que rigen al periodista deportivo
- Identificar las señas de los distintos géneros del periodismo deportivo

Módulo 2. El periodismo deportivo y sus múltiples entornos

- Analizar el impacto del deporte en la sociedad
- Profundizar en el conocimiento de las organizaciones deportivas
- Definir las funciones de los departamentos de comunicación de las empresas deportivas
- Examinar los cambios producidos en la gestión de empresas deportivas
- Definir las distintas áreas de las organizaciones deportivas
- Abordar el desarrollo del marketing y la publicidad en el deporte
- Profundizar en la historia del deporte

Módulo 3. El periodismo deportivo online/digital

- Dominar la metodología y las técnicas empleadas por los medios de comunicación online
- Analizar cómo gestionar estrategias en las redes sociales
- Emprender y gestionar la marca personal





- Desarrollar en el Community Manager conocimiento especializado para gestionar la comunicación con la audiencia
- Estructurar, organizar y rentabilizar los espacios de una página web
- Determinar los estilos del periodismo narrativo

Módulo 4. El periodismo deportivo en radio

- Desarrollar las habilidades necesarias y específicas para generar contenidos para cualquier formato radiofónico
- Examinar los agentes internos y externos que participan en la elaboración de un programa deportivo de radio
- Desarrollar conocimiento especializado sobre las técnicas que permiten mejorar la voz como herramienta esencial de la radio
- Analizar las nuevas plataformas radiofónicas que dan soporte y aumentan la difusión de la radio deportiva
- Demostrar el uso las redes sociales como medio para potenciar los mensajes de los programas deportivos
- Evaluar cómo actúa un periodista de radio en la cobertura diaria de la actualidad
- Realizar mediciones de audiencias y establecer las técnicas que se utilizan para la interactividad con los oyentes

Módulo 5. El periodismo deportivo en televisión

- Compilar la terminología imprescindible para el manejo de los contenidos audiovisuales que se ofrecen en televisión
- Exponer todos los agentes internos y externos que participan en la retransmisión de un evento deportivo
- Evaluar las similitudes y diferencias entre la televisión y la radio en la retransmisión de un evento deportivo

- Desarrollar las técnicas que permiten el uso de la voz como herramienta, aplicando el ritmo y la entonación que requieren la televisión
- Concretar cuál es el funcionamiento de una redacción deportiva en televisión y cómo interactúan sus distintos miembros
- Demostrar la importancia de los derechos de retransmisión y el poder que la televisión tiene en la toma de decisiones a la hora de organizar un evento deportivo
- Interpretar las audiencias y el efecto que ha supuesto la tecnología en los telespectadores, que han abandonado su papel pasivo
- Valorar la figura del presentador de deportes en televisión, las técnicas y herramientas de que dispone, y la forma de 'actuar' en función del tipo de programa
- Definir los elementos que participan en la grabación, edición, montaje y postproducción de un vídeo en televisión

Módulo 6. Periodismo de datos y de investigación

- Analizar el deporte desde la perspectiva del periodismo de datos
- Seleccionar las fuentes de datos apropiadas para la elaboración de noticias específicas sobre estadísticas
- Fundamentar informaciones u opiniones con datos relevantes
- Compilar, tratar, gestionar, filtrar y comparar estadísticas
- Acceder, discriminar y publicar información confidencial y filtraciones

Módulo 7. Fotoperiodismo deportivo

- Dotar a los alumnos de conocimientos sobre fotografía que la mayoría de periodistas no tienen
- Implementar una poderosa base de conceptos sobre la imagen que permitan crear unos cimientos conceptuales sobre fotografía
- Ayudar a los alumnos a saber por qué se usan las fotografías de una manera y no de otra
- Replantear los conocimientos previos sobre fotografía
- Examinar qué están haciendo en la actualidad los referentes en este campo
- Analizar lo que se ha venido haciendo hasta nuestros días
- Generar concienciación a favor del trabajo conjunto entre fotógrafo y redactor

Módulo 8. Especialización deportiva

- Identificar las claves del desarrollo de un evento deportivo para ofrecer la interpretación más certera
- Analizar los entresijos de las siguientes disciplinas: rugby, baloncesto, ciclismo, atletismo, deportes de motor, tenis y golf
- Definir las claves de los reglamentos de disciplinas deportivas con menor proyección mediática
- Avanzar en la especialización en materia polideportiva
- Definir los patrones para una óptima distribución de los contenidos
- Concretar las pautas de la crónica en función de cada disciplina deportiva
- Examinar el funcionamiento de eventos de prestigio como el Másters de Augusta de golf, la Copa Davis de tenis, las grandes vueltas de ciclismo

Módulo 9. Los grandes eventos deportivos

- Compilar los hechos más relevantes de la historia de los grandes eventos deportivos (Juegos Olímpicos, Mundiales de fútbol y los torneos más importantes de otras disciplinas como el motor, el tenis, el baloncesto o el golf) desde sus orígenes hasta la actualidad
- Evaluar las circunstancias políticas, sociales, económicas y culturales en los que se desarrollan y que dan pleno sentido a los mismos

- Exponer las técnicas, recursos, habilidades y circunstancias en las que se realiza la cobertura informativa de un gran evento como un Mundial de Fútbol, unos Juegos Olímpicos o el Mundial de Fórmula Uno
- Demostrar cómo se organiza un gran evento en sus cuatro fases (diseño, desarrollo, gestión y finalización) definiendo el tipo de evento, la estructura y los objetivos estratégicos
- Concretar el caso de práctico de la organización de una final de la Copa Davis de tenis, con la creación de un comité organizador, una estrategia de medios y la organización de la prensa
- Demostrar la importancia de los derechos de retransmisión y el poder que la televisión tiene en la toma de decisiones a la hora de organizar un evento deportivo
- Interpretar la cesión de los derechos de explotación de imágenes y cómo afecta directamente al desarrollo del periodismo deportivo
- Valorar el papel de la mujer en su participación en los grandes eventos deportivos: desde la creación de sus propios Juegos en la Antigua Grecia a la búsqueda de la igualdad en la actualidad

Módulo 10. El lenguaje deportivo

- Estudiar la importancia del lenguaje deportivo en el contexto de la lengua común
- Conocer la etimología y el uso de las palabras deportivas
- Estudiar la presencia de palabras y expresiones del lenguaje del deporte en otras áreas y secciones informativas
- Analizar la aportación del lenguaje periodístico del deporte y sus innovaciones (neologismos) en la evolución de los diccionarios
- Conocer los errores léxicos y semánticos más habituales que se cometen en el día a día periodístico en deportes
- Conocer y analizar los extranjerismos del mundo del deporte
- Analizar los recursos retóricos más comunes dentro del discurso periodístico deportivo
- Estudiar y utilizar cómo queda recogido el lenguaje deportivo en glosarios y libros de estilo de medios periodísticos, así como otros recursos disponibles online para el correcto manejo del idioma

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

04

Dirección del curso

El programa en Periodismo Deportivo es impartido por profesionales del sector, con amplia experiencia en periodismo y en docencia y que tratarán de darte una visión real de la profesión. Por ello, se ha elaborado un programa educativo especialmente enfocado al desarrollo profesional desde una perspectiva totalmente ajustada a la realidad del sector.





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

Directores Invitados



D. Morales, Carlos

- Entrenador asistente de la selección de baloncesto femenina de Puerto Rico
- Analista de baloncesto en ESPN
- Miembro de la National Association of Basketball Coaches y de la World Association of Basketball Coaches
- Licenciado en Administración de negocios y educación física



D. Álvaro, Martín

- Analista y comentarista de baloncesto con amplia trayectoria internacional
- Licenciado en la Universidad de Harvard
- Máster en Administración de Empresas en Harvard Business School

Dirección



D. Pérez Zorrilla, Carlos

- Jefe de sección en el Diario Estadio Deportivo
- Licenciado en Periodismo en el Centro Andaluz de Estudios Empresariales (CEADE), Sevilla
- Jefe de Contenidos Digitales en el Diario Estadio Deportivo
- Redactor WEb Turismo y Deporte en Andalucía
- Colaborador en Onda Cero Sevilla
- Colaborador en Canal Sur Radio
- Profesor del Máster de Periodismo Deportivo de la Universidad de Sevilla, CEPO Sport Group, FiebreFútbol y Nerdsfy

Profesores

Dña. Chávez González, Luisa María

- Licenciada/Graduada en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- Redactora en prácticas en Diario de Sevilla
- Colaboradora en el programa Aún no es viernes, del Sevilla FC Radio
- Redactora en prácticas en Estadio Deportivo
- Redactora en Ooh! Jerez
- Colaboradora en la web Decibelios AM

D. Adorna León, Joaquín

- Licenciado en Ciencias de la Información, en la especialidad de Periodismo, en la primera promoción de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla
- Profesor en el módulo de 'La prensa escrita' del Máster de Periodismo Deportivo de la Universidad de Sevilla

D. Palomo Armesto, Álvaro

- Redactor de Contenido Web en Medina Media
- Licenciado en Periodismo
- Redactor Multimedia en Estadio Deportivo
- Jefe de Prensa en CD Patín Macarena
- Redactor en El Correo de Andalucía
- Redactor en El Diario de Sevilla

D. García Collado, José Enrique

- Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- Experto en Big Data Deportivo por la Universidad de Valladolid
- Máster en Community Management en la escuela CEDECO
- Curso de especialización en Publicidad Programá/ca en Skiller Academy

05

Estructura y contenido

Los contenidos de esta capacitación han sido desarrollados por los diferentes profesores de este programa, con una finalidad clara: conseguir que nuestro alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en Periodismo Deportivo.

El contenido de este Máster Título Propio te permitirá aprender todos los aspectos de las diferentes disciplinas implicadas es esta área: un programa completísimo y muy bien estructurado que te llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.





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

Módulo 1. El Periodismo Deportivo

1.1. Presente y futuro del Periodismo Deportivo
- 1.1.1. Nuevas tendencias y el mercado actual
  - 1.1.1.1. Tendencia a la especialización periodística microperiodismo. Periodismo de nicho
    - 1.1.1.1.1. El periodismo con 'apellidos' (del periodista todoterreno, al especialista)
    - 1.1.1.1.2. La credibilidad del especialista
  - 1.1.1.2. Narrativa transmedia
  - 1.1.1.3. Hiperlocalismo y globalización
  - 1.1.1.4. Innovación en temas y enfoques
- 1.1.2. El periodista multimedia
  - 1.1.2.1. Una función, muchos soportes para ejercerla
    - 1.1.2.1.1. Prensa (radio, Tv, online, redes sociales)
  - 1.1.2.2. Similitudes y diferencias entre cada medio
- 1.1.3. El usuario: eje de la producción de contenidos y modelo de gestión
- 1.1.4. La evolución de las redacciones
  - 1.1.3.1. Redacciones independientes y mixtas
- 1.1.5. Los freelance
- 1.1.6. Reporteros y enviados especiales
- 1.1.7. El crowdfunding o micromecenazgo
- 1.1.8. El comercio electrónico
- 1.1.9. Los principales periodistas deportivos de España

1.2. Las fuentes
- 1.2.1. La agenda
- 1.2.2. Las agencias de información
- 1.2.3. Las agencias de representación
- 1.2.4. La relación con los deportistas
  - 1.2.4.1. Los futbolistas y su nube
  - 1.2.4.2. Practicantes de deportes minoritarios
- 1.2.5. El "*Off the record*"





1.3. Documentación
- 1.3.1. La documentación en los distintos medios
- 1.3.2. ¿Cómo y dónde buscar información?

1.4. Ética y deontología periodística
- 1.4.1. Principios éticos generales
  - 1.4.1.1. El valor de la imparcialidad
- 1.4.2. Deontología especializada
- 1.4.3. ¿Publicidad engañosa? ¿publicidad subliminal?
- 1.4.4. Responsabilidades educativas

1.5. Géneros y estilos
- 1.5.1. Técnicas de creatividad. Romper los modelos
- 1.5.2. La crónica como género estrella
- 1.5.3. En radio
- 1.5.4. En televisión
- 1.5.5. Online

1.6. El deporte discapacitado y la irrupción del deporte femenino
- 1.6.1. Deporte y discapacidad en Europa y en España
- 1.6.2. El deporte minoritario en la prensa deportiva
- 1.6.3. La mujer deportista y periodista

1.7. Dimensión internacional del deporte
- 1.7.1. El deporte como elemento integrador
- 1.7.2. Deporte y propaganda

1.8. Los medios oficiales de clubes
- 1.8.1. Perfiles en redes sociales
  - 1.8.1.1. El deportista, nueva fuente de información en los nuevos medios
- 1.8.2. Los medios del F.C. Barcelona, el Real Madrid, el Athlético de Madrid
  - 1.8.2.1. Acceso directo a los protagonistas
- 1.8.3. Los efectos del coronavirus en el desarrollo de las ruedas de prensa y la zona mixta

1.9. Gabinetes de comunicación
- 1.9.1. Estrategias de comunicación para crear una buena reputación e imagen de marca
- 1.9.2. Gabinetes de comunicación de instituciones deportivas
  - 1.9.2.1. Acceso a entrevistas

1.10. Historia del Periodismo Deportivo nacional e internacional
- 1.10.1. Historia del Periodismo Deportivo en España
- 1.10.2. Figuras del Periodismo Eeportivo en España
- 1.10.3. Historia del periodismo internacional
- 1.10.4. Los grandes medios deportivos internacionales

Módulo 2. El periodismo deportivo y sus múltiples entornos

2.1. Entorno social del deporte
- 2.1.1. Aspectos sociales vinculados al deporte. Sociología del deporte
- 2.1.2. El deporte, fenómeno de enorme impacto sociocultural

2.2. Entorno económicio del deporte
- 2.2.1. Economía del deporte
- 2.2.2. Profesiones vinculadas al deporte y profesionales del deporte

2.3. Gestión deportiva
- 2.3.1. Gestión de empresas deportivas
  - 2.3.1.1. Estructura y organización de la empresa deportiva
  - 2.3.1.2. Organigrama y distribución de tareas
- 2.3.2. Gestión de clubes deportivos
- 2.3.3. Organización del deporte amateur y profesional
  - 2.3.3.1. Niveles de competición
- 2.3.4. El alto rendimiento
- 2.3.5. Ética empresarial
- 2.3.6. La aportación de las nuevas tecnologías
  - 2.3.6.1. Aplicaciones móviles para reserva de instalaciones

2.4. Claves de la organización deportiva
- 2.4.1. Estructura funcional y órganos rectores
  - 2.4.1.1. El papel de las federaciones
  - 2.4.1.2. Las sociedades anónimas deportivas
  - 2.4.1.3. Los clubes deportivos

2.5. Derecho deportivo
- 2.5.1. Fundamentos jurídicos del deporte
- 2.5.2. Contratación de deportistas
  - 2.5.2.1. Del derecho de tanteo a la cláusula de rescisión
  - 2.5.2.2. Los contratos de los deportistas
  - 2.5.2.3. Los derechos de imagen
  - 2.5.2.4. Los representantes
- 2.5.3. Asociacionismo deportivo y peñas
- 2.5.4. Fiscalización a las federaciones deportivas
- 2.5.5. Responsabilidad civil

2.6. Gestión de la comunicación en el ámbito del deporte
- 2.6.1. Habilidades directivas comunicacionales
  - 2.6.1.1. Liderazgo (el líder natural)
  - 2.6.1.2. Toma de decisiones
  - 2.6.1.3. Negociación
  - 2.6.1.4. Gestión de crisis
- 2.6.2. Comunicación corporativa interna y externa
- 2.6.3. Maneras de dirigir y formación de equipos

2.7. Deporte y salud
- 2.7.1. Plan Nacional Antidopaje
- 2.7.2. Principios de medicina deportiva. Traumatología
  - 2.7.2.1. Los términos médicos más usados en la prensa deportiva y las lesiones más frecuentes
- 2.7.3. Prevención de riesgos laborales
- 2.7.4. Seguridad en la práctica deportiva

2.8. Psicología del deporte
- 2.8.1. Relevancia y funciones de la psicología en el deporte
- 2.8.2. Psicología y rendimiento deportivo

2.9. Publicidad y patrocinio deportivo
- 2.9.1. La relevancia del marketing en el mundo del deporte
- 2.9.2. Técnicas de marketing comercial aplicadas al periodismo deportivo
  - 2.9.2.1. Venta de publicidad en prensa, radio, tv y online

2.9.3. *Branding*
2.9.3.1. Imagen de marca
2.9.3.2. Creación de marca propia
2.9.3.3. Necesidades de comunicación. Las claves del éxito
2.9.4. Rentabilidad vs. Riesgo
2.9.5. Medición del retorno de la inversión
2.9.6. Las fundaciones deportivas
2.10. El deporte como espectáculo de masas
2.10.1. Importancia del deporte como espectáculo de masas

Módulo 3. El periodismo deportivo online/digital

3.1. Panorama de los medios de comunicación online
3.1.1. Métodos y técnicas
3.1.1.1. Tecnología aplicada al periodismo deportivo
3.1.1.2. La app y la versión móvil
3.1.2. Los últimos avances tecnológicos
3.1.3. La implantación de los esports
3.2. Las redes sociales como herramienta periodística
3.2.1. Herramientas de control en el uso de redes sociales
3.2.2. Análisis estratégico de las redes sociales
3.2.3. Marketing digital en redes
3.2.4. Emprender (marca personal) y gestionar (reputación en redes). Nuestra identidad digital
3.2.5. Las redes sociales más utilizadas
3.2.5.1. Twitter
3.2.5.2. Facebook
3.2.5.3. Instagram
3.2.5.4. YouTube
3.2.5.5. Otras herramientas: snapchap, periscope, etc
3.2.6. Derechos de las imágenes en la red
3.2.7. El mundo de los blogs deportivos
3.3. Estructura de la web deportiva
3.3.1. Organización de espacios
3.3.2. Redacción de piezas informativas
3.3.3. Los peligros de la inmediatez
3.4. Analítica, evolución y métricas
3.4.1. Evolución de los sistemas de medición de audiencias
3.4.1.1. Métodos pasivos (*Web Centric*)
3.4.1.1.1. Los logfiles
3.4.1.1.2. Los tags o etiquetas
3.4.1.2. Métodos activos (*User Centric*)
3.4.1.3. Sistemas de medición híbridos
3.4.1.3.1. ComScore
3.4.1.3.2. Nielsen
3.4.2. Los adservers
3.4.2.1. Evolución
3.4.2.1.1. Unchin, MeasureMap, Doubleclick, Google Analytics
3.4.3. La publicidad programática y sus riesgos
3.4.3.1. Actores implicados en el proceso: Ad Exchanges, DSP (*Demand Side Plataform*), Data Partners, SSP (*Supply Side Platform*)
3.5. El comportamiento de la audiencia en el negocio digital
3.5.1. Posicionamiento SEO Y SEM
3.5.1.1. Ventajas y diferencias entre SEO Y SEM
3.5.1.2. Cinco técnicas avanzadas de SEO
3.5.2. Los leads
3.5.2.1. Los registros
3.5.2.2. MQL (*Marketing Qualified Lead*)
3.5.2.3. SQL (*Sales Qualified Lead*)
3.5.2.4. CPC, CTR, CPA, CPM y CPL
3.5.3. Identificación de comunidades
3.5.3.1. Descubrir sus necesidades
3.5.3.2. El Engagement con los usuarios
3.5.3.3. Perfiles de los usuarios activos
3.5.4. Monitorización de usuarios en redes sociales
3.5.4.1. Los distintos tipos de audiencia en redes sociales
3.5.4.2. Monitorizar como consumen los contenidos
3.5.4.3. Interacción con los usuarios
3.5.5. Los chatbots

3.6. Estrategias publicitarias en medios digitales
- 3.6.1. Crear un ecosistema digital
- 3.6.2. Proyectos de *Imbound* Marketing
- 3.6.3. Las newsletter
- 3.6.4. El Community Manager en los medios deportivos

3.7. La importancia del vídeo
- 3.7.1. Retransmisiones en vivo
  - 3.7.1.2. Canales de YouTube

3.8. Periodismo deportivo en prensa escrita
- 3.8.1. Los periódicos deportivos impresos
- 3.8.2. De tirada nacional
  - 3.8.2.1. Las ediciones regionales. Cuadernillos
- 3.8.3. La prensa más cercana. Deportivos locales
- 3.8.4. Diseño y maquetación de publicaciones deportivas
  - 3.8.4.1. La infografía y el grafismo
- 3.8.5. Periódicos deportivo online
  - 3.8.5.1. Plataformas digitales. Orbyt, kiosko, etc.
- 3.8.6. El deporte en medios generalistas
  - 3.8.6.1. La prensa general y la prensa deportiva
  - 3.8.6.2. Suplementos especiales
  - 3.8.6.3. Páginas especializadas y publirreportajes
- 3.8.7. Revistas especializadas
- 3.8.8. La prensa deportiva internacional
- 3.8.9. Ventas de la prensa deportiva

3.9. Periodismo narrativo
- 3.9.1. Crónicas, reportajes, entrevistas, perfiles, artículos o columnas de opinión, editoriales
  - 3.9.1.1. Evolución y estilo de las crónicas
- 3.9.2. Información y opinión
  - 3.9.2.1. Las firmas

3.10. La crisis del siglo xxi. El dificultoso tránsito a lo digital
- 3.10.1. El dificultoso tránsito a lo digital

Módulo 4. El periodismo deportivo en radio

4.1. La radio deportiva hoy
- 4.1.1. Programas deportivos diarios
  - 4.1.1.1. Programas nacionales
  - 4.1.1.2. Programas nacionales nocturnos
  - 4.1.1.3. Programas regionales y locales
- 4.1.2. Programas de multiconexión
  - 4.1.2.1. Carrusel deportivo
  - 4.1.2.2. Boletines informativos
  - 4.1.2.3. Magazine deportivo
- 4.1.3. Tipos de programas
  - 4.1.3.1. Informativos
  - 4.1.3.2. Tertulias

4.2. Las nuevas tecnologías y el futuro de la radio
- 4.2.1. Los podcasts
- 4.2.2. La radio híbrida

4.3. Nuevas formas de consumo de radio
- 4.3.1. Plataformas
- 4.3.2. Redes sociales

4.4. Claves prácticas para la radio
- 4.4.1. Elaboración del guion de un programa
- 4.4.2. El arte de improvisar
- 4.4.3. Cobertura diaria de la actualidad

4.5. La producción
- 4.5.1. Las funciones del productor
- 4.5.2. La producción de programas especiales

4.6. Formatos radiofónicos
- 4.6.1. Noticias y breves
- 4.6.2. Reportajes
- 4.6.3. La entrevista
- 4.6.4. La opinión
  - 4.6.4.1. Monólogos
  - 4.6.4.2. Tertulianos
- 4.6.5. El humor

4.7. Retransmisiones deportivas
- 4.7.1. Técnicas y modelos
  - 4.7.1.1. Retransmisiones In Situ y desde el estudio
  - 4.7.1.2. El micrófono inalámbrico.
- 4.7.2. Evolución de la narración
- 4.7.3. El canon de la Liga de Futbol Profesional (LFP) a las Emisoras de Radio

4.8. La voz como herramienta
- 4.8.1. Conceptos básicos: timbre, tono y volumen
- 4.8.2. Dicción y vocalización
- 4.8.3. La respiración diafragmática
- 4.8.4. La entonación

4.9. Publicidad en la radio deportiva
- 4.9.1. Los nuevos formatos publicitarios
  - 4.9.1.2. Las audiencias
    - 4.9.1.2.1. Análisis del Estudio General de Medios (EGM)
  - 4.9.1.3. Técnicas para lograr la participación de oyentes

4.10. Historia de la radio deportiva española
- 4.10.1. Los orígenes
- 4.10.2. Momentos históricos
- 4.10.3. Un cambio de modelo tras el éxito de "Super García"
- 4.10.4. Radio marca, la primera radio temática

Módulo 5. El periodismo deportivo en televisión

5.1. Panorama televisivo actual
- 5.1.1. El deporte hoy en televisión
  - 5.1.1.1. Canales temáticos
  - 5.1.1.2. Canales generalistas
  - 5.1.1.3. Periodismo Deportivo de calidad
  - 5.1.1.4. "Telebasura" deportiva
- 5.1.2. Formatos: informativos, programas y retransmisiones.

5.2. Las nuevas teconologías aplicadas a la televisión
- 5.2.1. La revolución del consumo de televisión
- 5.2.2. Sistemas de conexión y envío
- 5.2.4. Nuevas tecnologías aplicadas al deporte

5.3. Contenidos deportivos audiovisuales
- 5.3.1. La escaleta de un programa deportivo en televisión
- 5.3.2. Instrumentos para crear el relato audiovisual
- 5.3.3. Los géneros
- 5.3.4. Directos y diferidos

5.4. Retransmisiones deportivas
- 5.4.1. La escaleta de una retransmisión
- 5.4.2. La unidad móvil
- 5.4.3. El narrador
- 5.4.4. Los comentaristas
- 5.4.5. Las nuevas opciones de audio (radio-Tv)
- 5.4.6. Similitudes y diferencias con la narración radiofónica
- 5.4.7. *Flash Interview*
- 5.4.8. Los derechos de imágenes

5.5. Las redacciones de televisión
- 5.5.1. El productor
- 5.5.2. El realizador
- 5.5.3. Los comentaristas
- 5.5.4. Redactor ENG (*Electronic News-Gathering*)
- 5.5.5. Modelos de redacción y funcionamiento
- 5.5.6. El control de televisión

5.6. El presentador y sus herramientas
- 5.6.1. El Auto-Cue o Prompter
- 5.6.2. La expresión corporal

5.7. Las audiencias
- 5.7.1. La audiencia multipantalla
- 5.7.2. Indicadores y/o medidores (audímetros)
- 5.7.2. Análisis e interpretación de audiencias

5.8. Grabación, edición, montaje y prosproducción de vídeo
- 5.8.1. La cámara digital profesional
- 5.8.2. El lenguaje audiovisual
  - 5.8.2.1. La imagen
  - 5.8.2.2. Tipos de plano
  - 5.8.2.3. La música. ¿Cómo y cuándo utilizarla?

5.8.3. Estructura de textos en televisión
5.8.4. Programas de montaje
5.9. Claves prácticas para ejercer en televisión
5.9.1. Educar la voz
5.9.1.1. La misma herramienta. Un uso diferente a la radio
5.9.1.2. La entonación y ritmo en televisión
5.9.2. El arte del directo. La naturalidad
5.10. Historia del deporte en televisión
5.10.1. Leni rinfestahl. Antecedente de las retransmisiones deportivas
5.10.2. La evolución de las retransmisiones deportivas

Módulo 6. Periodismo de datos y de investigación

6.1. El periodismo de datos
6.1.1. La documentación periodística
6.1.2. La infografía
6.1.3. El *Fact Cheking*
6.1.4. La representación gráfica
6.1.5. La importancia actual del periodismo de datos
6.1.5.1. Hitos de la materia en los últimos años
6.2. La estadística
6.2.1. Concepto y usos
6.2.2. Objetivos de la estadística
6.2.3. Tipos de estadística
6.2.4. Aplicación al periodismo
6.2.4.1. Aplicación al periodismo deportivo
6.3. Análisis inteligente de datos
6.3.1. Clasificación inteligente de datos
6.3.2. Minería de datos
6.4. Formato de periodismo de datos
6.4.1. Internet, prensa, Tv, radio
6.4.2. Principales herramientas para cada medio.
6.4.3. ¿Cómo elaborar un reportaje de datos para web y papel?
6.5. Introducción al Big Data
6.5.1. Definición
6.5.1.1. Las V's del Big Data
6.5.1.2. El análisis predictivo
6.5.1.3. Moneyball
6.5.1.4. Big Data en el deporte
6.6. Herramientas de análisis e interpretación de datos
6.6.1. Excel
6.6.2. Sap Predictive Analytics
6.6.3. Sas Analytics
6.6.4. Qlik View
6.6.5. Tableau Public
6.6.6. Penatho
6.6.7. Klipfolio
6.6.8. Sisense
6.6.9. Cyfe
6.6.10. Power BI
6.7. Inteligecia artificial
6.7.1. La importancia de la inteligencia artificial
6.7.2. La inteligencia artificial en el deporte
6.7.3. La inteligencia artificial en el Periodismo Deportivo
6.8. *Machine Learning*
6.8.1. *Machine Learning* en el deporte
6.8.2. *Machine Learning* en el periodismo
6.8.3. *Artificial Neuronal Networks*
6.8.4. *Deep Learning*
6.8.5. Glosario de términos relacionados
6.9. Fuentes de información de datos en el deporte
6.9.1. Fuentes de información de datos en el fútbol
6.9.1.1. Transfermarkt
6.9.1.2. Sofascore
6.9.1.3. WhoScored
6.9.1.4. Stats Zone
6.9.1.5. Football-line ups

6.9.1.6. *Soccer Association*
6.9.1.7. *World Referee*
6.9.1.8. WyScout
6.9.1.9. Instat Scout
6.9.1.10. Profootball DB
6.9.2. Fuentes de información de datos en otros deportes
6.10. El periodismo de investigación
6.10.1. Características del periodista de investigación
6.10.2. Cualidades del periodista de investigación
6.10.3. La relación con las fuentes
6.10.3.1. Los clubes
6.10.3.2. Los deportistas
6.10.3.3. Las instituciones
6.10.3.4. El director deportivo
6.10.3.5. Los agentes de los deportistas
6.10.3.6. El mercado de fichajes
6.10.4. La filtración

Módulo 7. Fotoperiodismo deportivo

7.1. La figura del fotoperiodista
7.1.1. Introducción
7.1.2. Formatos
7.1.3. Estilos
7.1.4. Funciones
7.2. La fotografía
7.2.1. Modos de disparo
7.2.1.1. Program
7.2.1.2. Manual
7.2.1.3. Prioridad de obturación
7.2.1.4. Prioridad a la velocidad
7.2.2. Velocidad de obturación
7.2.3. Diafragma
7.2.4. Iso
7.2.5. Enfoque
7.2.5.1. Manual
7.2.5.2. Automático
7.2.5.2.1. Fijo
7.2.5.2.2. Continuo
7.2.6. RAW o JPG
7.2.7. Reglas de composición
7.3. La cámara. Equipo y software adecuados
7.3.1. Réflex con espejo
7.3.2. Cámaras sin espejo
7.3.3. Características requeridas
7.3.4. Portátil o Tablet
7.3.5. Programas de selección
7.3.6. Programas de revelado y edición
7.4. Posicionamiento del fotógrafo en los terrenos de juego. Psicología a la hora de interactuar con el deportista
7.4.1. Colocación y la importancia del tipo de objetivo usado
7.4.1.1. Fútbol
7.4.1.2. Baloncesto
7.4.1.3. Deportes de pabellón
7.4.1.4. Tenis
7.4.1.5. Rugby
7.4.1.6. Otros
7.4.2. Psicología
7.4.2.1. Entrevistas
7.4.2.2. Campo de juego
7.5. Referentes actuales
7.5.1. Análisis de fotoperiodistas que destacan por su trabajo
7.6. Grandes agencias de fotografía
7.6.1. Getty
7.6.2. Reuters
7.6.3. AP
7.6.4. EFE
7.6.5. Otras

7.7. Premios fotográficos
- 7.7.1. La importancia de la categoría de deportes en unos premios como el *World Press Photo*
- 7.7.2. Otros premios

7.8. Publicaciones históricas
- 7.8.1. Sport Illustrated
- 7.8.2. El Gráfico
- 7.8.3. France Football
- 7.8.4. Sportweek
- 7.8.5. Don Balón
- 7.8.6. Otras

7.9. Análisis de fotografías icónicas
- 7.9.1. Selección y estudio de fotografías reconocibles por su impacto

7.10. El futuro del fotoperiodismo
- 7.10.1. Antes del Covid-19
- 7.10.2. Después del Covid-19

Módulo 8. Especialización deportiva

8.2. Administración de contenidos y especialización en rugby
- 8.1.1. Distribución de contenidos
- 8.1.2. Pulso entre la especialización y la visión panorámica
- 8.1.3. Estilo: argot, neologismos y extranjerismos
- 8.1.4. Entresijos del rugby
- 8.1.5. ¿Cómo enfrentarse a una ficha técnica?
- 8.1.6. Otras reglas y conceptos necesarios para el especialista
- 8.1.7. Copa del Mundo
- 8.1.8. Seis naciones
- 8.1.9. Crónica y tratamiento informativo

8.2. Especialización en baloncesto
- 8.2.1. Introducción
- 8.2.2. Baloncesto FIBA vs. baloncesto NBA
- 8.2.3. Principales infracciones
- 8.2.4. Otras consideraciones
- 8.2.5. Tipos de defensas colectivas
- 8.2.6. Visión panorámica/Draft de la NBA
- 8.2.7. A sondear el mercado
- 8.2.8. La crónica en baloncesto
- 8.2.9. Otros géneros periodísticos

8.3. Especialización en ciclismo
- 8.3.1. Introducción
- 8.3.2. Breve diccionario de ciclismo
- 8.3.3. Peculiaridades de la crónica en ciclismo
- 8.3.4. ¿Cómo descifrar las clasificaciones?
- 8.3.5. UCI World Tour
- 8.3.6. Ciclismo en pista

8.4 . Especialización en atletismo
- 8.4.1. Introducción
- 8.4.2. Pequeño diccionario de términos de atletismo
- 8.4.3. Recomendaciones estilísticas
- 8.4.4. La crónica en el atletismo
- 8.4.5. Banco de resultados y datos
- 8.4.6. Principales competiciones
- 8.4.7. Récords
- 8.4.8. Dopaje

8.5. Especialización en deportes de motor
- 8.5.1. Introducción
- 8.5.2. Especialización en motociclismo
- 8.5.3. Pequeño diccionario de motociclismo
- 8.5.4. Crónica de motociclismo
- 8.5.5. Especialización en Fórmula 1
- 8.5.6. Pequeño diccionario de Fórmula 1
- 8.5.7. Crónica de Fórmula 1
- 8.5.8. Rally. La importancia del Dakar
- 8.5.9. Campeonato Mundial de Rallies (WRC)

8.6. Especialización en tenis
- 8.6.1. Introducción
- 8.6.2. Breve diccionario de términos tenísticos
- 8.6.3. Claves de la crónica en tenis
- 8.6.4. Sistema de puntuación en los rankings
- 8.6.5. La pista de tenis
- 8.6.6. Tenis olímpico
- 8.6.7. Copa Davis
- 8.6.8. Copa Federación

8.7. Especialización en golf
- 8.7.1. Introducción
- 8.7.2. Breve diccionario de golf
- 8.7.3. El campo de golf
- 8.7.4. Principales torneos
- 8.7.5. Crónica de golf
- 8.7.6. Interpretación de los resultados
- 8.7.7. Golf en los Juegos Olímpicos

8.8. Otros deportes I
- 8.8.1. Introducción
- 8.8.2. Ajedrez
- 8.8.3. Alpinismo
- 8.8.4. Bádminton
- 8.8.5. Balonmano
- 8.8.6. Balonmano playa
- 8.8.7. Béisbol
- 8.8.8. Biatlón
- 8.8.9. Boxeo
- 8.8.10. Críquet
- 8.8.11. Curling
- 8.8.12. Duatlón/Triatlón
- 8.8.13. Esgrima
- 8.8.14. Esquí
- 8.8.15. Fútbol americano

8.9. Otros deportes II
- 8.9.1. Fútbol playa
- 8.9.2. Fútbol sala
- 8.9.3. Gimnasia artística
- 8.9.4. Gimnasia rítmica
- 8.9.5. Halterofilia
- 8.9.6. Hípica
- 8.9.7. Hockey hielo
- 8.9.8. Hockey hierba
- 8.9.9. Hockey patines
- 8.9.10. Judo
- 8.9.11. Kárate
- 8.9.12. Lucha
- 8.9.13. Natación
- 8.9.14. Natación sincronizada
- 8.9.15. Pádel
- 8.9.16. Deporte paralímpico
- 8.9.17. Patinaje
- 8.9.18. Piragüismo

8.10. Otros deportes III
- 8.10.1. Polo
- 8.10.2. Remo
- 8.10.3. Salto
- 8.10.4. Skeleton
- 8.10.5. Snooker
- 8.10.6. Surf
- 8.10.7. Tenis de mesa
- 8.10.8. Tiro deportivo
- 8.10.9. Taekwondo
- 8.10.10. Turf
- 8.10.11. Vela
- 8.10.12. Voleibol
- 8.10.13. Vóley playa
- 8.10.14. Waterpolo

Módulo 9. Los grandes eventos deportivos

9.1. Historia de los grandes eventos I
- 9.1.1. Introducción e hitos históricos en los Juegos Olímpicos
- 9.1.2. Medallero histórico de países y deportistas
- 9.1.3. La "Guerra Fría" trasladada al deporte
  - 9.1.3.1. Moscú 1980, los "juegos del boicot"
  - 9.1.3.2. El "robo del siglo". Final de baloncesto EEUU-URSS en Múnich 72

9.2. Historia de los grandes eventos II
- 9.2.1. Introducción e hitos históricos en la Copa Mundial de Fútbol
- 9.2.2. De Uruguay 1930 a Rusia 2018
  - 9.2.2.1. Palmarés y datos más relevantes
- 9.2.3. El poder y el fútbol: la pelota manchada
  - 9.2.3.1. El partido de la muerte y otros episodios
  - 9.2.3.2. "La mano de dios" de Maradona venga la pérdida de las Malvinas

9.3. Historia de los grandes eventos III
- 9.3.1. Tenis: los 4 Grand Slam
- 9.3.2. Fútbol: Eurocopa y Copa América; Champions League y Copa Libertadores
- 9.3.3. Gofl: TheMajors
- 9.3.4. Motor: Mundial de Fórmula 1 y Moto GP
- 9.3.5. Baloncesto: Copa Mundial de Baloncesto de la FIBA y Final NBA
- 9.3.6. El fenómeno Super Bowl

9.4. La cobertura informativa de un mundial de futbol
- 9.4.1. El IBC (International Broadcast Centre o Centro Internacional de Transmisiones)
- 9.4.2. Similitudes y diferencias en función del medio

9.5. La cobertura informativa de unos Juegos Olímpicos
- 9.5.1. El IBC, centro de operaciones para la prensa
- 9.5.2. La villa olímpica

9.6. La cobertura informativa de un Mundial de Fórmula 1
- 9.6.1. La gran caravana itinerante
- 9.6.2. Días de entrenamientos, días de competición
- 9.6.3. Medios con y sin derechos

9.7. La organización de un gran evento
- 9.7.1. Definir el tipo de evento y los objetivos estratégicos
- 9.7.2. La estructura organizativa
- 9.7.3. Vías de financiación y promoción
- 9.7.4. Protocolo deportivo

9.8. Así se organiza una Copa Davis
- 9.8.1. Las 4 fases clave: diseño, desarrollo, gestión y finalización
- 9.8.2. El comité organizador
  - 9.8.2.1. Gestión de recursos humanos y voluntariado
- 9.8.3. Estrategia de medios
- 9.8.4. Organización de la prensa

9.9. Los derechos de retransmisión
- 9.9.1. La cesión de derechos de explotación de imagen
- 9.9.2. El periodismo deportivo, la televisión y los derechos televisivos
- 9.9.3. La información, condicionada por la posesión de los derechos

9.10. El papel de mujer en los grandes eventos deportivos
- 9.10.1. Una lucha histórica contra la desigualdad
  - 9.10.1.1. Los Juegos Hereos en la Antigüa Grecia
- 9.10.2. Participación en los Juegos Olímpicos 1900
  - 9.10.2.1. Los Juegos Mundiales Femeninos (1922 y 1926)
- 9.10.3. Hacia la igualdad

Módulo 10. El lenguaje deportivo

10.1. El lenguaje del deporte, ámbito universal y de ampliación del idioma
- 10.1.1. Lenguaje deportivo y lengua común
- 10.1.2. El lenguaje deportivo en otros periodismos (política, economía)

10.2. Voces extranjeras del deporte
- 10.2.1. Etimología, usos y abusos

10.3. Laboratorio de creación de palabras
- 10.3.1. Los neologismos deportivos

10.4. Información y entretenimiento con las palabras

10.5. Terreno abonado para las metáforas
- 10.5.1. A caballo entre el periodismo y la literatura



10.6. Un amplio margen de mejora: impropiedades léxicas habituales y otros errores evitables
  10.6.1. Confusión semántica de palabras
  10.6.2. Clichés y lugares comunes
  10.6.3. Coloquialismos y vulgarismos
10.7. Lenguaje y violencia en los espectáculos deportivos
10.8. Lenguaje inclusivo
10.9. El uso responsable de las palabras: los libros de estilo
10.10. El uso responsables de las palabras: los diccionarios de uso y terminológicos
  10.10.1. Otras herramientas y recursos para seguir aprendiendo

Una capacitación completa que te llevará a través de los conocimientos necesarios, para competir entre los mejores"

06

Metodología

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

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





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

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

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

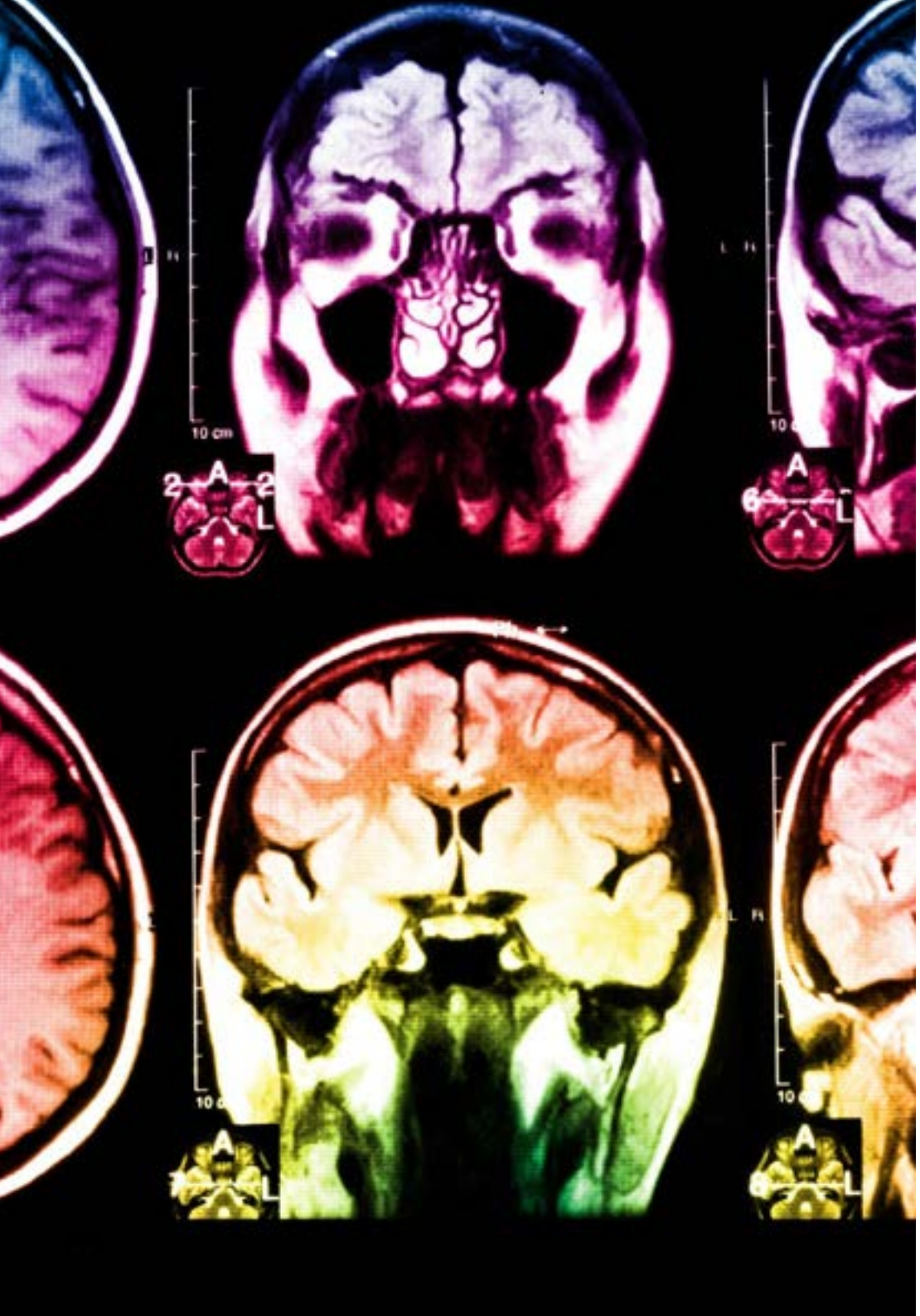
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

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

Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

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

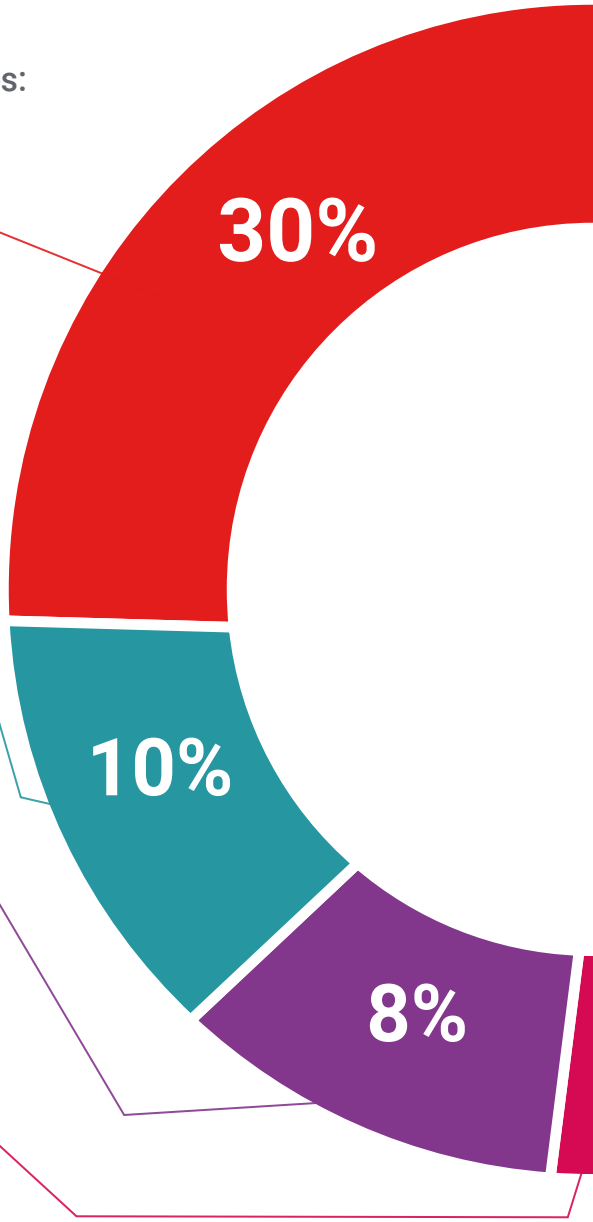
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

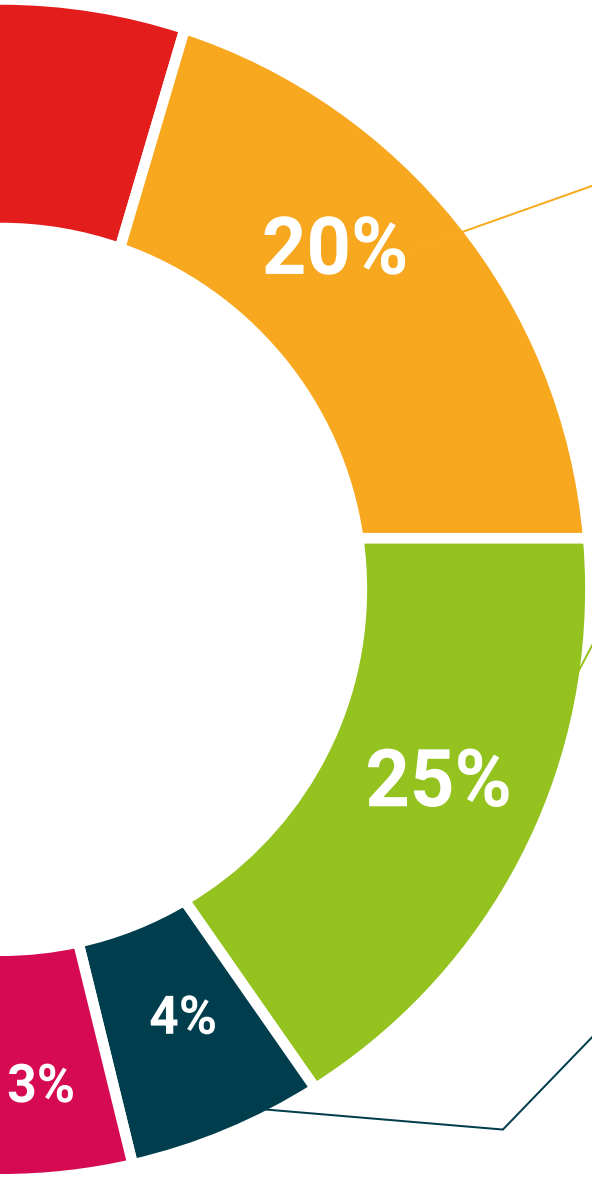
Prácticas de habilidades y competencias

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

Lecturas complementarias

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





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

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

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

Testing & Retesting

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

07

Titulación

El Máster Título Propio en Periodismo Deportivo garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio 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 Deportivo** 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 de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio en Periodismo Deportivo**

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**

Avalado por la NBA


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 Deportivo

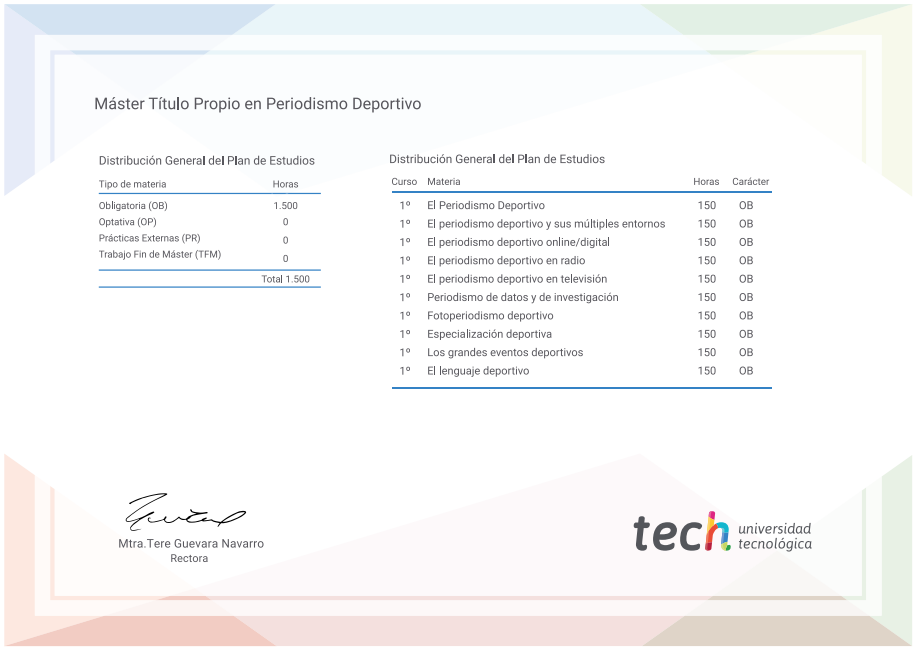
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio en Periodismo Deportivo

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 Periodismo Deportivo	150	OB
1º	El periodismo deportivo y sus múltiples entornos	150	OB
1º	El periodismo deportivo online/digital	150	OB
1º	El periodismo deportivo en radio	150	OB
1º	El periodismo deportivo en televisión	150	OB
1º	Periodismo de datos y de investigación	150	OB
1º	Fotoperiodismo deportivo	150	OB
1º	Especialización deportiva	150	OB
1º	Los grandes eventos deportivos	150	OB
1º	El lenguaje deportivo	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Periodismo Deportivo

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

Máster Título Propio
Periodismo Deportivo

Avalado por la NBA



tech universidad tecnológica