Máster Título Propio

Investigación Periodística y Reporterismo en TV



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Investigación Periodística y Reporterismo en TV

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

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Estructura y contenido — pág. 18

05 Metodología — pág. 32

06 Titulación — pág. 40

01

Presentación

El desarrollo de las TIC, así como la globalización, han sido los detonantes de la Era de la Información en la que la sociedad está sumergida a día de hoy. Con un solo clic, las personas pueden acceder prácticamente a cualquier contenido, pudiendo estar actualizados al minuto sobre las tendencias que están marcado la actualidad. Sin embargo, las *Fake News* y los datos sin contrastar se cuelan entre las noticias de los medios generando controversias y conflictos. Por esa razón, la Investigación Periodística y el Reporterismo han tomado especial relevancia, ya que tener acceso a una información veraz, de calidad y exhaustiva es algo que no está al alcance de todos. Con base en ello, el profesional de la comunicación podrá utilizar este programa 100% online como guía para especializarse en esta área y contribuir a un desarrollo periodístico en televisión y en los canales audiovisuales del máximo nivel de rigurosidad.





Un Máster Título Propio que potenciará tu calidad periodística en el contexto digital y audiovisual al máximo nivel de profesionalidad de manera 100% online y en tan solo 12 meses de capacitación"

El Periodismo siempre ha jugado un papel fundamental en el desarrollo de la historia. Desde el origen de las Gacetas a finales del siglo XVII hasta el comienzo y la evolución de la era digital, los profesionales de este ámbito han desarrollado una labor ciudadana encomiable, basada en trasladar la información de un lado al otro del mundo, siguiendo las pautas de veracidad, exhaustividad e imparcialidad. Sin embargo, en el contexto actual, caracterizado por la presencia de las redes sociales y los canales digitales, la ciudadanía tiene acceso a un sinfín de datos y fuentes, muchos de los cuales no contrastan su contenido, sino que abogan por los principios de la primicia y el morbo antes que por la deontología periodística.

Es por ello, que el Reporterismo y la Investigación en este ámbito han tomado una relevancia esencial como defensores de la verdad y la realidad, constituyéndose como los principales precursores de la libertad de expresión y la calidad de prensa. Por esa razón, TECH ha considerado necesario el desarrollo de un programa a través del cual los profesionales puedan especializarse en este sector a través de su curso. Así surge el Máster Título Propio en Investigación Periodística y Reporterismo en TV, una titulación novedosa y dinámica con la que el egresado podrá sumergirse en el formato informativo audiovisual y digital.

A través de 1.500 horas de contenido diverso, trabajará con el material más innovador sobre los antecedentes y las características de esta rama de la profesión comunicativa, así como en sus géneros y las tendencias actuales. Podrá implementar a su praxis las estrategias metodológicas más efectivas para la recogida y búsqueda de datos, aproximándose a las fuentes y técnicas más prodigadas en el ámbito periodístico. Posteriormente, tras trabajar en sus competencias narrativas y discursivas, podrá centrarse en el género televisivo, conociendo al detalle los entresijos de la elaboración de reportajes y piezas informativas para el Reporterismo por este canal a día de hoy y sus tendencias futuras.

Todo ello, de manera 100% online, a través del mejor y más exhaustivo temario, elaborado por expertos en el sector, quienes también han trabajado en el diseño de material adicional de gran calidad: artículos de Investigación, lecturas complementarias, noticias, vídeos al detalle, resúmenes dinámicos, etc. Es, por lo tanto, una oportunidad única para especializarse en un área en auge y luchar por el futuro del Periodismo libre y de calidad.

Este **Máster Título Propio en Investigación Periodística y Reporterismo en TV** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

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

¿Te gustaría adentrarte en el Periodismo de Investigación y dedicarte a ello en el futuro? Si la respuesta es afirmativa, ¿a qué esperas para matricularte en este Máster Título Propio?”

¿Buscas un programa que te adentre en el Periodismo de Datos de manera especializada? Apuesta, entonces, por un programa como este, que te aporte todo lo que necesitas para conseguirlo"

Trabajarás con las estrategias metodológicas más innovadoras y exhaustivas para ampliar y actualizar tus conocimientos en materia comunicativa.

Una titulación con la que podrás perfeccionar tus cualidades narrativas y discursivas para los diferentes formatos digitales y audiovisuales.

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 le 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 programa académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeos interactivos realizado por reconocidos expertos.



02

Objetivos

La calidad periodística depende, en gran medida, del conocimiento del que disponga el profesional sobre el ámbito en el cual desarrolle su labor. Por esa razón, TECH ha decidido lanzar este Máster Título Propio, con el objetivo de que el especialista pueda conocer al detalle los entresijos de la Investigación Periodística y el Reporterismo en televisión a través de una capacitación adecuada a la actualidad mediática audiovisual y digital. Para ello contará no solo con el mejor y más exhaustivo temario, sino con material adicional diverso para ahondar de manera personalizada en los distintos apartados de la titulación y asistir a un aprendizaje adaptado sus necesidades y exigencias.





Un programa con el que dominarás las tendencias de la televisión del futuro para adelantarte a lo que está por venir y poder competir con el resto de profesionales"

Objetivos generales

- Acercar al alumno al Periodismo de Investigación
- Aprender la metodología de una Investigación Periodística
- Conocer el Periodismo de datos aplicado a la Investigación Periodística
- Aprender a elaborar el discurso narrativo en un reportaje de Investigación
- Ver la manera en la que se investiga en los medios digitales



Objetivos específicos

Módulo 1. Introducción al Periodismo de Investigación

- Acercar al alumno al concepto de Periodismo de Investigación, así como hacerle descubrir todo aspecto relacionado con el proceso de Investigación Periodística
- Conocer la normativa del Periodismo de Investigación, así como la legislación y la ética que conciernen a este tipo de Periodismo
- Aproximar al alumno a las fuentes de Investigación, indicándole su clasificación y profundizando en la fiabilidad de las mismas a la hora de comenzar una Investigación
- Adentrar al alumno en el Periodismo de precisión, el Periodismo cívico y otras modalidades de profesionalismo periodístico, teniendo en cuenta la transparencia y libertad de acceso a la información
- Familiarizar al alumno en el Periodismo de datos, introduciéndolo en la estadística para este tipo de Periodismo
- Ofrecer las pautas de narración digital en Periodismo, adentrando al alumno en las características principales de la era digital y el entorno mediatizado, así como aportar un acercamiento a los nuevos perfiles periodísticos que surgen de todo este entramado digital
- Conocer la relación existente entre Periodismo y redes sociales, así como el impacto social que estas han tenido en la tradición periodística
- Conocer las nuevas tendencias del Periodismo, así como los nuevos perfiles del profesional periodista, haciendo un repaso de la empresa multimedia y su surgimiento

Módulo 2. Metodología de la Investigación

- Establecer la Investigación como una forma de ampliar y actualizar los conocimientos en el área de la comunicación

Módulo 3. Periodismo de datos. Una aproximación al Periodismo de Investigación a través de los datos

- Acercar al alumno sobre un nuevo concepto de Periodismo, el Periodismo de Datos, atendiendo principalmente a las fuentes de Investigación y al tratamiento de los datos obtenidos para el estudio. Además, se aproximará al alumno a las herramientas digitales para la presentación de los datos
- Mostrar al alumno la metodología y técnicas de Investigación en Periodismo, teniendo en cuenta el carácter empírico de toda Investigación social, así como las diferentes etapas que ha de tener todo el proceso de Investigación
- Conocer las principales técnicas de Investigación cuantitativa para Periodismo, así como las cualitativa, aprendiendo cuál es su función y cuáles son los principales tipos en ambas técnicas
- Estudiar y conocer la encuesta como una de las principales técnicas de Investigación cuantitativa para las ciencias sociales y para el Periodismo, más concretamente conocer sus características y aplicaciones
- Estudiar y conocer el cuestionario como otra de las principales técnicas de Investigación cuantitativa para la Investigación Periodística, haciendo un repaso por sus principales características y funcionalidades
- Estudiar y conocer la entrevista en profundidad como una de las principales técnicas de Investigación cualitativa
- Estudiar y conocer el *Focus Group*, otra de las principales técnicas de Investigación cualitativa
- Estudiar y conocer la observación participante como una de las principales técnicas de Investigación cualitativa en Investigación Periodística

Módulo 4. Componente narrativo y discursivo en Periodismo de Investigación

- Acercar al alumno a las prácticas de la narrativa periodística, así como hacer una reseña sobre el concepto de la calidad en la profesión, la responsabilidad social que entraña la misma y la influencia de este tipo de narrativa
- Mostrar al alumno el carácter discursivo y textual con el que ha de contar toda narración comunicativa, atendiendo a los tipos de texto y a los diferentes tipos de comunicación
- Hacer mención a las nuevas tendencias de la escritura, atendiendo a los nuevos paradigmas teóricos
- Resaltar la importancia del análisis del discurso como técnica de Investigación en Periodismo
- Especificar las características de la redacción periodística en toda Investigación
- Puntualizar la importancia de los informes resultantes de una Investigación, así como su adecuada redacción, teniendo siempre presentes las nuevas tendencias narrativas digitales
- Acentuar la importancia del lenguaje digital como eje en el Periodismo de Investigación actual, así como la narrativa audiovisual
- Entender el Periodismo de Investigación desde una perspectiva del cambio cultural

Módulo 5. Investigación en medios digitales

- Implementar distintos métodos y técnicas para el desarrollo de investigaciones referidas al estudio de procesos comunicativos en los ámbitos sociales y en los medios masivos y digitales de comunicación
- Reconocer los tipos de Investigación aplicados según la perspectiva desde la cual se aborda

Módulo 6. El reportaje de televisión

- Contextualizar la industria televisiva y conocer sus características principales, así como la normativa del sector, haciendo un repaso del estudio general de medios
- Conocer la ley general audiovisual, la propiedad intelectual y el derecho de autor en un contexto jurídico de la profesión del Reporterismo, atendiendo al marco regulativo del reportaje en televisión
- Estudiar el reportaje en profundidad, las características de este género, así como su tipología y clasificación
- Entender la atribución, la verificación, la imparcialidad, la concisión y el interés humano como algunos de los principales requisitos del reportaje
- Acercar al alumno a la estructura y a los criterios del reportaje de televisión
- Señalar la importancia que tiene el interés humano en el género del reportaje, haciendo hincapié en los temas de interés general
- Consultar los recursos con los que cuenta el reportaje de televisión haciendo un repaso de las nuevas tendencias que presenta este género periodístico
- Entender el carácter ético con el que debe contar la profesión en lo que se refiere al reportaje de televisión

Módulo 7. Periodismo televisivo

- Adaptar los distintos géneros del Periodismo televisivo con una clara comprensión de su organización, redacción y cobertura informativa para los medios de comunicación

Módulo 8. Producción de reportajes en televisión

- Asesorar al alumno en el proceso de producción en televisión
- Mostrar los roles de la producción en televisión
- Conocer las técnicas de Investigación para realizar reportajes en televisión
- Especificar las fuentes de Investigación necesarias con las que ha de contar un periodista a la hora de realizar un reportaje
- Concretar las fases de la elaboración de un reportaje de televisión
- Concretar cómo elaborar el guion para llevar a cabo un reportaje de televisión, así como la entrevista en profundidad, técnica clave a la hora de elaborar un reportaje de televisión
- Conocer de primera mano el equipo de producción de un reportaje de televisión
- Conocer los procesos imprescindibles de grabación, edición y postproducción del reportaje

Módulo 9. Reporterismo de televisión

- Mostrar al alumno las principales características con las que debe contar la redacción periodística, atendiendo a los recursos de la redacción en prensa
- Conocer el manejo de la cámara y la edición del reportaje
- Conocer y practicar las técnicas de presentación y expresión frente a la cámara
- Conocer las técnicas de locución
- Conocer las pautas en preproducción, producción y realización en el mundo del Reporterismo, entendiendo las necesidades técnicas y humanas en el proceso de creación del reportaje
- Descubrir el concepto de "Fotorreporterismo" y la importancia de la fotografía en el reportaje televisivo

Módulo 10. Tendencias de la televisión del futuro

- Mostrar al alumno la notable presencia que muestran los contenidos en las nuevas tendencias que presenta la televisión
- Comprender el proceso de transición que han experimentado los contenidos y la suplantación que ha tenido la audiencia por los consumidores de contenidos, sobre los cuales se hará hincapié
- Comprender la vinculación de la televisión con el campo de la ingeniería digital
- Estudiar el concepto *"Big Data"* y comprender el profundo proceso de cambio que experimentan las audiencias en el mundo televisivo
- Hacer una introducción al Periodismo dron y su implementación en el Periodismo de Investigación
- Puntualizar la importancia del concepto Periodismo de las cosas, así como conocer las nuevas plataformas para ver televisión
- Conocer la vinculación de los *Influencer* y su estrategia en redes sociales, así como su vinculación con el ámbito televisivo

Si entre tus objetivos está el potenciar la calidad de tu discurso a través de la mejora de tu locución, este Máster Título Propio te dará las claves para conseguirlo"

03

Competencias

El egresado que supere la totalidad de los criterios mínimos que componen este programa habrá logrado perfeccionar sus habilidades comunicativas de manera garantizada gracias a su altísimo componente práctico y a la calidad y exhaustividad de su temario. Y es que será capaz de dominar las estrategias de diseño y elaboración de piezas informativas de la máxima calidad y rigor periodístico, basándose en técnicas innovadoras y dinámicas relacionadas con las tendencias actuales del sector audiovisual y digital.





Si lo que buscas es un programa que te proporcione todo lo necesario para dominar las herramientas en la entrevista televisiva, estás ante la opción perfecta"

Competencias generales

- Conocer las características de los reportajes televisivos
- Aprender todo lo que concierne al Periodismo en televisión
- Definir las formas de producción de reportajes televisivos
- Aprender a ser un reportero de televisión
- Descubrir las nuevas tendencias en Investigación en comunicación actuales

El curso de este Máster Título Propio dará a tu carrera periodística un giro de 180º, abriéndote las puertas hacia un mercado laboral exitoso y lleno de oportunidades"



Competencias específicas

- Realizar una Investigación en comunicación
- Controlar las bases conceptuales
- Dominar las bases metodológicas
- Utilizar procedimientos sistemáticos para crear trabajos periodísticos de Investigación
- Utilizar el Periodismo de datos
- Saber aplicar la metodología de Investigación Periodística
- Usar las técnicas de Investigación cuantitativa
- Aplicar la encuesta
- Utilizar el cuestionario como técnica de Investigación cuantitativa
- Poner en práctica el *Focus Group*, para Investigación cuantitativa
- Explicar en qué consiste la observación participante en Periodismo
- Escribir de forma periodística usando la narrativa
- Aplicar los formatos discursivos y textuales en los trabajos de Investigación
- Reconocer los nuevos paradigmas teóricos en cuanto a la escritura
- Realizar informes referentes a la Investigación
- Comprender el lugar del Periodismo de Investigación en el cambio cultura
- Usar diferentes técnicas y métodos investigativos
- Aplicar la Investigación a los distintos ámbitos comunicativos
- Describir las características normativas de TV
- Reconocer la normativa general en el ámbito del Reporterismo
- Explicar las características del reportaje televisivo
- Reconocer las peculiaridades y exigencias del género
- Conocer las nuevas tendencias en el reportaje televisivo
- Aceptar la ética inherente al género de Investigación en televisión
- Reconocer la importancia de los nuevos espacios de comunicación para comprender hechos sociales en distintos espacios y tiempos
- Revisar y actualizar su conocimiento sobre los nuevos espacios de comunicación, de variada índole e interés para la comprensión de su entorno
- Trabajar con los diferentes géneros periodísticos de TV con total competencia
- Distinguir los procesos de la producción en TV
- Reconocer los diferentes roles en este campo
- Descubrir en cada contexto cuáles son las fuentes a las que hay que recurrir
- Saber elaborar un guion
- Redactar con calidad para un reportaje de Investigación
- Describir el manejo de una cámara e intervenir en la edición
- Presentar con calidad ante la cámara
- Planificar todas las partes del proceso
- Utilizar la fotografía de forma primordial
- Adaptarse a las tendencias de la comunicación actual
- Reconocer los temas y líneas de trabajo de mayor interés
- Aplicar la Investigación en relaciones públicas, publicidad y medios de información

04

Estructura y contenido

El temario de este programa ha sido diseñado por un equipo de expertos en Comunicación siguiendo las pautas de las tendencias informativas actuales basadas en los canales televisivos y digitales. Gracias a ello, ha sido posible conformar un programa dinámico y altamente capacitante, en el que el egresado encontrará todo lo que necesita para especializarse en el ámbito de la Investigación Periodística y Reporterismo en TV. Además, contará con cientos de horas de material adicional presentado en diferentes formatos con el cual no solo podrá contextualizar la información del temario, sino ahondar de manera personalizada en sus distintos apartados, asistiendo a una experiencia académica adaptada a las exigencias y necesidades de todos los profesionales.





El plan de estudios incluye un módulo específico dedicado a la producción en el Reporterismo televisivo, para que conozcas al detalle aspectos como la elaboración de guiones o los roles del realizador"

Módulo 1. Introducción al Periodismo de Investigación

1.1. Periodismo de Investigación. Legalidad y transparencia
- 1.1.1. Historia del Periodismo de Investigación
  - 1.1.1.1. Antecedentes
  - 1.1.1.2. Actualidad del Periodismo de Investigación
  - 1.1.1.3. Escenario cambiante del Periodismo de Investigación
  - 1.1.1.4. Periodismo de datos
- 1.1.2. Proceso de la Investigación Periodística
  - 1.1.2.1. Identificación del objeto de estudio
  - 1.1.2.2. Planificación
  - 1.1.2.3. Búsqueda y selección de las fuentes de Investigación
  - 1.1.2.4. Redacción
  - 1.1.2.5. Publicación
- 1.1.3. Derecho a la información pública
- 1.1.4. Transparencia y gobierno abierto
- 1.1.5. *Open Data* y *Big Data*
- 1.1.6. Normativa del Periodismo de Investigación
- 1.1.7. Legislación, ética y participación ciudadana

1.2. Las fuentes secundarias de la información
- 1.2.1. ¿Qué son las fuentes secundarias?
- 1.2.2. Fiabilidad de las fuentes
- 1.2.3. Fuentes españolas
- 1.2.4. Fuentes europeas
- 1.2.5. Fuentes latinoamericanas
- 1.2.6. Otras fuentes internacionales

1.3. Periodismo de precisión
- 1.3.1. Principios del Periodismo de precisión
- 1.3.2. Transparencia y libertad de acceso a la información
- 1.3.3. Acceso informático a bases de datos en la Investigación Periodística
- 1.3.4. Conflictos pragmáticos entre libertad de acceso a la información e intimidad
- 1.3.5. Técnicas sociológicas del Periodismo de precisión



1.4. Periodismo cívico
- 1.4.1. ¿Qué es el Periodismo cívico?
- 1.4.2. Diferencia entre Periodismo cívico y Periodismo de los ciudadanos
- 1.4.3. Ejemplos de Periodismo cívico
- 1.4.4. Limitaciones y riesgos reales del Periodismo cívico

1.5. Periodismo de datos. Estadística para este tipo de Periodismo
- 1.5.1. Conceptos estadísticos básicos para Periodismo
- 1.5.2. Medidas de tendencia central
- 1.5.3. Medidas de dispersión
- 1.5.4. Gráficos

1.6. Narración digital en Periodismo
- 1.6.1. El Periodismo en la era digital
- 1.6.2. Escribir en internet. Nuevos perfiles profesionales
- 1.6.3. Escritura en pantalla
- 1.6.4. Redes sociales
- 1.6.5. Cibercultura y ciberdemocracia
  - 1.6.5.1. Transformación del entorno mediático
- 1.6.6. Géneros ciberperiodísticos
  - 1.6.6.1. Hipertexto
  - 1.6.6.2. Sonido
  - 1.6.6.3. Vídeo
  - 1.6.6.4. Fotografía
  - 1.6.6.5. HTML
- 1.6.7. Nuevos modelos de negocio de la comunicación en el entorno digital

1.7. Periodismo y redes sociales
- 1.7.1. Historia de las redes sociales
- 1.7.2. Impacto de las redes sociales en la actividad periodística tradicional
- 1.7.3. El Periodismo en las redes sociales
- 1.7.4. Verificación de contenido en redes sociales
- 1.7.5. Principales redes sociales

1.8. Nuevas tendencias del Periodismo en el ámbito de los contenidos
- 1.8.1. Más redes sociales
- 1.8.2. Predominio de la fotografía y el vídeo
- 1.8.3. Especialización
- 1.8.4. *Fake News* y cómo afrontarlas
- 1.8.5. Comercialización de los contenidos digitales

1.9. Perfiles periodísticos emergentes
- 1.9.1. Reporterismo multimedia
- 1.9.2. Periodismo inmersivo/360 grados
- 1.9.3. *Engagement* en medios de comunicación
- 1.9.4. *Big Data* y Periodismo de datos
- 1.9.5. Futuros perfiles periodísticos emergentes

1.10. Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia dentro de la sociedad red
- 1.10.1. Sociedad red y transformación digital
- 1.10.2. Estrategias para las nuevas estructuras organizativas
- 1.10.3. Complejidad y evolución organizativa
- 1.10.4. La empresa multimedia
- 1.10.5. La importancia del contenido multimedia
- 1.10.6. Aplicaciones multimedia en la empresa

Módulo 2. Metodología de la Investigación

2.1. Nociones básicas sobre Investigación: la ciencia y el método científico
- 2.1.1. Definición del método científico
- 2.1.2. Método analítico
- 2.1.3. Método sintético
- 2.1.4. Método inductivo
- 2.1.5. El pensamiento cartesiano
- 2.1.6. Las reglas del método cartesiano
- 2.1.7. La duda metódica
- 2.1.8. El primer principio cartesiano
- 2.1.9. Los procedimientos de inducción según J. Mill Stuart

2.2. El proceso general de la Investigación: enfoque cuantitativo y cualitativo
- 2.2.1. Presupuestos epistemológicos
- 2.2.2. Aproximación a la realidad y al objeto de estudio
- 2.2.3. Relación sujeto-objeto
- 2.2.4. Objetividad
- 2.2.5. Procesos metodológicos
- 2.2.6. La integración de métodos

2.3. Paradigmas de Investigación y métodos derivados de ellos
- 2.3.1. ¿Cómo surgen las ideas de Investigación?
- 2.3.2. ¿Qué investigar en educación?
- 2.3.3. Planteamiento del problema de Investigación
- 2.3.4. Antecedentes, justificación y objetivos de la Investigación
- 2.3.5. Fundamentación teórica
- 2.3.6. Hipótesis, variables y definición de conceptos operativos
- 2.3.7. Selección del diseño de Investigación
- 2.3.8. El muestreo en estudios cuantitativos y cualitativos

2.4. Proceso y etapas de la Investigación cuantitativa
- 2.4.1. Fase 1: fase conceptual
- 2.4.2. Fase 2: fase de planificación y diseño
- 2.4.3. Fase 3: fase empírica
- 2.4.4. Fase 4: fase analítica
- 2.4.5. Fase 5: fase de difusión

2.5. Tipos de Investigación cuantitativa
- 2.5.1. Investigación histórica
- 2.5.2. Investigación correlacional
- 2.5.3. Estudio de caso
- 2.5.4. Investigación *Ex Post Facto* sobre hechos cumplidos
- 2.5.5. Investigación cuasiexperimental
- 2.5.6. Investigación experimental

2.6. Proceso y etapas de la Investigación cualitativa
- 2.6.1. Fase 1: fase preparatoria
- 2.6.2. Fase 2: fase de campo
- 2.6.3. Fase 3: fase analítica
- 2.6.4. Fase 4: fase informativa

2.7. Tipos de Investigación cualitativa
- 2.7.1. La etnografía
- 2.7.2. La teoría fundamentada
- 2.7.3. La fenomenología
- 2.7.4. El método biográfico y la historia de vida
- 2.7.5. El estudio de casos
- 2.7.6. El análisis de contenido
- 2.7.7. El examen del discurso
- 2.7.8. La Investigación acción participativa

2.8. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cuantitativos
- 2.8.1. La entrevista estructurada
- 2.8.2. El cuestionario estructurado
- 2.8.3. Observación sistemática
- 2.8.4. Escalas de actitud
- 2.8.5. Estadísticas
- 2.8.6. Fuentes secundarias de información

2.9. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos
- 2.9.1. Entrevista no estructurada
- 2.9.2. Entrevista en profundidad
- 2.9.3. Grupos focales
- 2.9.4. Observación simple, no regulada y participativa
- 2.9.5. Historias de vida
- 2.9.6. Diarios
- 2.9.7. Análisis de contenidos
- 2.9.8. El método etnográfico

2.10. Control de calidad de los datos
- 2.10.1. Requisitos de un instrumento de medición
- 2.10.2. Procesamiento y análisis de datos cuantitativos
  - 2.10.2.1. Validación de datos cuantitativos
  - 2.10.2.2. Estadística para el análisis de datos
  - 2.10.2.3. Estadística descriptiva
  - 2.10.2.4. Estadística inferencial
- 2.10.3. Procesamiento y análisis de datos cualitativos
  - 2.10.3.1. Reducción y categorización
  - 2.10.3.2. Clarificar, sinterizar y comparar
  - 2.10.3.3. Programas para el análisis cualitativo de datos textuales

Módulo 3. Periodismo de datos. Una aproximación al Periodismo de Investigación a través de los datos

3.1. Periodismo de datos I. Fuentes de Investigación y procesamiento de datos
- 3.1.1. Introducción al Periodismo de datos
- 3.1.2. Fuentes oficiales de datos
  - 3.1.2.1. Fuentes oficiales de datos a escala nacional
  - 3.1.2.2. Fuentes oficiales de datos a escala internacional
- 3.1.3. Fuentes extraoficiales de datos
- 3.1.4. Formatos de Periodismo de datos I
  - 3.1.4.1. Internet
  - 3.1.4.2. Prensa, televisión y radio

3.2. Periodismo de datos II. Herramientas digitales para la presentación de los datos
- 3.2.1. Estado de la cuestión
- 3.2.2. Tratamiento de datos
- 3.2.3. Visualización de datos
  - 3.2.3.1. Visualización de datos tabulados
  - 3.2.3.2. Visualización de relaciones
  - 3.2.3.3. Visualización de mapas
  - 3.2.3.4. Visualización de JavaScript

3.3. Metodología y técnicas de Investigación en Periodismo
- 3.3.1. Metodología de la Investigación en ciencias sociales
  - 3.3.1.1. El carácter empírico de la Investigación social
  - 3.3.1.2. El método científico en ciencias sociales
  - 3.3.1.3. La Investigación científica
  - 3.3.1.4. La elección del objeto de la Investigación
- 3.3.2. Etapas del proceso de Investigación
  - 3.3.2.1. Identificación, delimitación, definición, descripción y explicación del problema
  - 3.3.2.2. Formulación de objetivos y preguntas de Investigación
  - 3.3.2.3. Revisión de literatura
    - 3.3.2.3.1. Antecedentes
    - 3.3.2.3.2. Conceptos
    - 3.3.2.3.3. Teorías
  - 3.3.2.4. Planificación del diseño de Investigación
    - 3.3.2.4.1. Selección de la muestra
    - 3.3.2.4.2. Tipo de estudio
    - 3.3.2.4.3. Procedimiento
    - 3.3.2.4.4. Recogida de información
  - 3.3.2.5. Ejecución analítica de la Investigación
    - 3.3.2.5.1. Obtención de datos
    - 3.3.2.5.2. Presentación de datos
    - 3.3.2.5.3. Análisis de datos
    - 3.3.2.5.4. Conclusiones
  - 3.3.2.6. Redacción del informe de Investigación

3.4. Técnicas de Investigación cuantitativa
- 3.4.1. ¿Qué es la Investigación cuantitativa?
- 3.4.2. Características
- 3.4.3. Herramientas de Investigación
- 3.4.4. Recopilación de datos

3.5. Técnicas de Investigación cualitativa
- 3.5.1. ¿Qué es la Investigación cualitativa?
- 3.5.2. Características
- 3.5.3. Herramienta de Investigación
- 3.5.4. Recopilación de datos

3.6. La encuesta
- 3.6.1. ¿Qué es la encuesta?
- 3.6.2. Características
- 3.6.3. Tipos
- 3.6.4. Aplicaciones

3.7. El cuestionario
- 3.7.1. ¿Qué es el cuestionario?
- 3.7.2. Características
- 3.7.3. Tipos
- 3.7.4. Aplicaciones

3.8. Entrevista en profundidad
- 3.8.1. ¿Qué es la entrevista en profundidad?
- 3.8.2. Características
- 3.8.3. Tipos
- 3.8.4. Aplicaciones

3.9. *Focus Group*
- 3.9.1. ¿Qué es el *Focus Group*?
- 3.9.2. Características
- 3.9.3. Tipos
- 3.9.4. Guion de preguntas
- 3.9.5. Aplicaciones

3.10. Observación participante
- 3.10.1. ¿Qué es la observación participante?
- 3.10.2. Características
- 3.10.3. Tipos
- 3.10.4. Aplicaciones

Módulo 4. Componente narrativo y discursivo en Periodismo de Investigación

4.1. Narrativa periodística. Teoría y análisis
- 4.1.1. Periodismo de calidad
- 4.1.2. Periodismo y responsabilidad social
- 4.1.3. Influencia de la narrativa periodística en el entorno social
- 4.1.4. Contexto comunicativo y discursivo del Periodismo

4.2. Discurso, texto y comunicación
- 4.2.1. Tipos y organización del discurso
- 4.2.2. Tipos de texto
- 4.2.3. Comunicación en internet
- 4.2.4. Comunicación audiovisual

4.3. Nuevas tendencias de la escritura
- 4.3.1. Responsabilidad social y ética del Periodismo
- 4.3.2. Análisis semántico, pragmático y semiótico de textos
- 4.3.3. Nuevos marcos teóricos de la comunicación en la era de Internet
- 4.3.4. Nuevos paradigmas teóricos-metodológicos

4.4. La Investigación en el Periodismo
- 4.4.1. Diseño de la Investigación
- 4.4.2. Construcción del marco teórico
- 4.4.3. Construcción del marco analítico
- 4.4.4. Escritura científica

4.5. El análisis del discurso como técnica de Investigación en Periodismo
- 4.5.1. Sistematicidad
- 4.5.2. Observación
- 4.5.3. Registro de fenómenos culturales y sociocomunicativos
- 4.5.4. Carácter conversacional
- 4.5.5. Descripción de la producción, emisión e interpretación de discursos sociales

4.6. Redacción informativa
- 4.6.1. Nuevas disciplinas en redacción digital
- 4.6.2. Criterios de escritura
- 4.6.3. Diseño de contenidos
- 4.6.4. Nuevas tendencias narrativas

4.7. Redacción de informes de Investigación
- 4.7.1. Fuentes científicas de Investigación
- 4.7.2. Bases de datos
- 4.7.3. Recursos electrónicos
- 4.7.4. Citas y referencias

4.8. Lenguaje audiovisual
- 4.8.1. Concepto de imagen
- 4.8.2. Concepto de sonido
- 4.8.3. Normas básicas de lenguaje audiovisual
- 4.8.4. Elementos del lenguaje audiovisual

4.9. Narrativa audiovisual
- 4.9.1. Estructura del informativo de televisión
- 4.9.2. Realización de programas informativos
- 4.9.3. Estilos de narración informativa
- 4.9.4. Narración informativa en la sociedad digital

4.10. El Periodismo de Investigación desde una perspectiva del cambio cultural
- 4.10.1. Teorías y métodos para el estudio del cambio cultural
- 4.10.2. Archivos, fuentes y escritura para atajar los problemas del estudio del cambio cultural
- 4.10.3. Análisis del cambio cultural
- 4.10.4. Aspectos/componentes del cambio cultural en lo que respecta al Periodismo de Investigación

Módulo 5. Investigación en medios digitales

5.1. El método científico y sus técnicas
- 5.1.1. Introducción
- 5.1.2. El método científico y sus técnicas
- 5.1.3. Método científico y técnicas metodológicas
- 5.1.4. Diseño y fases de una Investigación
- 5.1.5. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
- 5.1.6. Enfoques y perspectivas en una Investigación
- 5.1.7. Normas éticas y deontológicas

5.2. Metodología I
- 5.2.1. Introducción
- 5.2.3. Los aspectos medibles: el método cuantitativo
- 5.2.4. Las técnicas cuantitativas
- 5.2.5. Tipos de encuesta
- 5.2.6. La preparación del cuestionario y la exposición de resultados

5.3. Metodología II
- 5.3.1. Introducción
- 5.3.2. Los aspectos medibles: el método cualitativo
- 5.3.3. Las técnicas cualitativas
- 5.3.4. Las entrevistas individuales y su tipología
- 5.3.5. La entrevista en grupo y sus variables: grupos de discusión o *Focus Groups*
- 5.3.6. Otras técnicas conversacionales: Philips 66, *Brainstorming*, Delphi, núcleos de intervención participativa, árbol de problemas y soluciones
- 5.3.7. La Investigación-acción participativa

5.4. Metodología III
- 5.4.1. Introducción
- 5.4.2. Desvelar los comportamientos y las interacciones comunicativas: la observación y sus variantes
- 5.4.3. La observación como método científico
- 5.4.4. El procedimiento: la planificación de una observación sistemática
- 5.4.5. Diferentes modalidades de observación
- 5.4.6. La observación online: etnografía virtual

5.5. Metodología IV
- 5.5.1. Introducción
- 5.5.2. Desvelar el contenido de los mensajes: análisis de contenido y de discurso
- 5.5.3. Introducción al análisis de contenido cuantitativo
- 5.5.4. La selección de la muestra y el diseño de las categorías
- 5.5.5. El procesamiento de los datos
- 5.5.6. El análisis crítico de discurso
- 5.5.7. Otras técnicas para el análisis de los textos mediáticos

5.6. Técnicas de recogida de datos digitales
- 5.6.1. Introducción
- 5.6.2. Conocer las reacciones: experimentar en comunicación
- 5.6.3. Introducción a los experimentos
- 5.6.4. ¿Qué es un experimento en comunicación?
- 5.6.5. La experimentación y sus tipologías
- 5.6.6. El diseño práctico del experimento

5.7. Técnicas de organización de datos digitales
- 5.7.1. Introducción
- 5.7.2. La información digital
- 5.7.3. Problemáticas y propuestas metodológicas
- 5.7.4. La prensa online: características y aproximación a su análisis

5.8. Servicios instrumentales participativos
- 5.8.1. Introducción
- 5.8.2. Internet como objeto de estudio: criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de sus contenidos
- 5.8.3. Internet como objeto de estudio
- 5.8.4. Criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de los contenidos en internet

5.9. Calidad de internet como fuente: estrategias de validación y confirmación
- 5.9.1. Introducción
- 5.9.2. Investigación sobre internet y las plataformas digitales
- 5.9.3. Búsquedas y exploración en el entorno online
- 5.9.4. Aproximación a la Investigación de los formatos digitales: los blogs
- 5.9.5. Aproximación a métodos de Investigación de las redes sociales
- 5.9.6. La Investigación de los hipervínculos

5.10. Difusión de la actividad investigadora
- 5.10.1. Introducción
- 5.10.2. Tendencias de Investigación en comunicación
- 5.10.3. Introducción al panorama contemporáneo de la Investigación en comunicación
- 5.10.4. La readaptación de los objetos clásicos de la Investigación comunicacional
- 5.10.5. La aparición de los objetos clásicos de la Investigación
- 5.10.6. Hacia la interdisciplinariedad y la hibridación metodológica

Módulo 6. El reportaje de televisión

6.1. La industria televisiva. Una aproximación estructural
- 6.1.1. Características principales de la industria televisiva
- 6.1.2. Normativa legal del sector
- 6.1.3. Generación de contenidos. Producción, distribución y emisión
- 6.1.4. Estudio general de medios
- 6.1.5. Modelos de negocio

6.2. Marco regulativo del reportaje de televisión
- 6.2.1. Ley general audiovisual
- 6.2.2. Propiedad intelectual y derecho de autor
- 6.2.3. Limitaciones al derecho de autor
- 6.2.4. Régimen jurídico en Reporterismo

6.3. Características del reportaje de televisión
- 6.3.1. Género. El reportaje
- 6.3.2. Tipología y clasificación
- 6.3.3. Componentes
  - 6.3.3.1. Imágenes
  - 6.3.3.2. Voz en *Off*
  - 6.3.3.3. Entrevistas
  - 6.3.3.4. Sonido ambiente
  - 6.3.3.5. Música
- 6.3.4. Factores claves de éxito del reportaje televisivo

6.4. Requisitos del reportaje
- 6.4.1. Atribución
- 6.4.2. Verificación
- 6.4.3. Balance
- 6.4.4. Imparcialidad
- 6.4.5. Concisión
- 6.4.6. Claridad
- 6.4.7. Interés humano

6.5. Estructura del reportaje
- 6.5.1. Entrada
- 6.5.2. Cuerpo
  - 6.5.2.1. Enfoque
  - 6.5.2.2. Investigación
  - 6.5.2.3. Capacidad selectiva del periodista
  - 6.5.2.4. Dominio de la estructura del reportaje
- 6.5.3. Cierre

6.6. Criterios del reportaje
- 6.6.1. Impacto
- 6.6.2. Oportunidad
- 6.6.3. Preeminencia
- 6.6.4. Proximidad
- 6.6.5. Conflicto
- 6.6.6. Rareza
- 6.6.7. Exclusividad

6.7. Componente humano del reportaje
- 6.7.1. Utilización de temas de interés general
- 6.7.2. Consulta de voces. Apelación a personas y nombres familiares
- 6.7.3. El reportaje no admite editorializar
- 6.7.4. ¿Qué aporta el reportaje de televisión?

6.8. Recursos en el reportaje
- 6.8.1. Documentación de datos
- 6.8.2. Imágenes del evento
- 6.8.3. Declaraciones de testigos
- 6.8.4. *Background* de la noticia
- 6.8.5. Datos obtenidos de fuentes primarias
- 6.8.6. Datos obtenidos de fuentes secundarias
- 6.8.7. Opiniones de expertos

6.9. Nuevas tendencias del reportaje de televisión
- 6.9.1. Auge del entretenimiento basado en hechos
- 6.9.2. Espectacularización de la información
- 6.9.3. Entretenimiento, evasión y espectacularización de la información. El infoentretenimiento
- 6.9.4. Estructuras comunicativas. El reportaje de televisión como ente comunicador en el proceso de producción de mensajes informativos

6.10. Deontología profesional. Reportaje y ética periodística
- 6.10.1. Deontología profesional y conducta ética en la profesión
- 6.10.2. Ética y responsabilidad comunicativa
- 6.10.3. Autorregulación de la profesión del periodista
- 6.10.4. Responsabilidad social de la información en clave del reportaje de televisión

Módulo 7. Periodismo televisivo

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

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

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

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

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

7.6. Programas según formatos. *Magazines* y *Reality Show*
- 7.6.1. Introducción
- 7.6.2. Definición de *Magazine*
- 7.6.3. Definición de *Reality Show*

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

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

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

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

Módulo 8. Producción de reportajes en televisión

8.1. La producción en televisión
- 8.1.1. Concepto
- 8.1.2. Contexto
- 8.1.3. Herramientas
- 8.1.4. Proceso

8.2. Funciones/roles de la producción en televisión
- 8.2.1. Productor ejecutivo
- 8.2.2. Diseñador audiovisual
- 8.2.3. Asesor de contenido
- 8.2.4. Pedagogo
- 8.2.5. Guionista
- 8.2.6. Productor
- 8.2.7. Asistente de producción
- 8.2.8. Director de cámaras o realizador
- 8.2.9. Asistente de dirección o realización
- 8.2.10. Director de escena
- 8.2.11. Continuista o *Raccord*
- 8.2.12. *Floor Manager*

8.3. Técnicas de Investigación en el reportaje de televisión
- 8.3.1. Guion del reportaje de televisión
- 8.3.2. Marco regulatorio de las técnicas de Investigación del reportaje
- 8.3.3. Cámara oculta
- 8.3.4. Montaje
- 8.3.5. Resultado final

8.4. Fuentes de Investigación para reportajes de televisión
- 8.4.1. Tipos de fuentes de Investigación
- 8.4.2. Tratamiento de fuentes
- 8.4.3. Periodismo audiovisual y fuentes de información
- 8.4.4. El reportaje televisivo en la Investigación Periodística

8.5. Fases en la elaboración de un reportaje de televisión
- 8.5.1. Fase de preproducción
  - 8.5.1.1. Plantilla de preproducción
  - 8.5.1.2. Previsión de gastos
  - 8.5.1.3. Gestiones previas a la producción
- 8.5.2. Fase de producción
  - 8.5.2.1. Guion definitivo
  - 8.5.2.2. Justificación del enfoque del reportaje
  - 8.5.2.3. Justificación de la estructura del reportaje
  - 8.5.2.4. Justificación de las fuentes seleccionadas
  - 8.5.2.5. Memoria presupuestaria
  - 8.5.2.6. Responsabilidades de los miembros del equipo
- 8.5.3. Fase de posproducción
- 8.5.4. Plan de promoción/emisión

8.6. Guion del reportaje de televisión
- 8.6.1. Objetivos
- 8.6.2. Temas
- 8.6.3. Actualidad
- 8.6.4. Características de un guion
  - 8.6.4.1. Objetividad
  - 8.6.4.2. Creatividad
  - 8.6.4.3. Originalidad
  - 8.6.4.4. Entretenimiento
  - 8.6.4.5. Audiencia

8.7. El equipo de producción
- 8.7.1. ¿Qué se quiere producir?
- 8.7.2. Medios necesarios para iniciar el proyecto
- 8.7.3. Organización de medios
- 8.7.4. Presupuesto del plan de trabajo
- 8.7.5. Realización del trabajo, ¿cómo se está llevando a cabo?
- 8.7.6. Valoración de una orientación frente al mercado

8.8. Grabación, edición y postproducción del reportaje
- 8.8.1. Toma de imágenes
- 8.8.2. Iluminación
- 8.8.3. Edición y montaje del reportaje
- 8.8.4. Realización
- 8.8.5. Producción del reportaje

8.9. Reproducción de reportajes de televisión
- 8.9.1. Diseño
- 8.9.2. Gestión
- 8.9.3. Permisos de rodaje
- 8.9.4. Localizaciones
- 8.9.5. Acreditaciones
- 8.9.6. Contactos con entrevistados
- 8.9.7. Búsqueda de documentación
- 8.9.8. El redactor y sus necesidades logísticas
- 8.9.9. Equipo de grabación
- 8.9.10. Gestión de alojamientos
- 8.9.11. Transportes
- 8.9.12. Desplazamientos

8.10. La entrevista televisiva: herramienta esencial para el reportaje de televisión
- 8.10.1. ¿Qué es la entrevista televisiva?
- 8.10.2. Características
- 8.10.3. Factores que intervienen en el proceso de comunicación en televisión
  - 8.10.3.1. La apariencia personal
  - 8.10.3.2. Lo que se dice (el mensaje)
  - 8.10.3.3. ¿Cómo se transmite el mensaje?
  - 8.10.3.4. La locución

8.10.4. Herramientas
8.10.4.1. Argumentario
8.10.4.2. Mensajes, ideas claves
8.10.4.3. Lianas
8.10.4.4. Preguntas y respuestas
8.10.4.5. Las 3 "R"

Módulo 9. Reporterismo de televisión

9.1. Redacción periodística
9.1.1. El Reporterismo. Características
9.1.2. Estructura jerárquica y recursos de la redacción en prensa
9.1.3. Convergencia informativa en grupos multimedia
9.1.4. El nuevo Periodismo
9.2. Cámara, edición y montaje
9.2.1. Conocimiento del manejo de la cámara
9.2.2. Edición y montaje del reportaje
9.2.3. Proceso secuencial de la información
9.2.4. Técnicas narrativas de imagen y técnicas narrativas textuales
9.3. Técnicas de presentación y expresión frente a la cámara. El directo en televisión
9.3.1. Técnicas de expresión frente a la cámara
9.3.2. Técnicas de control del aire y de las pausas
9.3.3. El ritmo
9.3.4. La vocalización
9.3.5. La modulación de la voz
9.3.6. Técnicas de respiración
9.4. Presentación
9.4.1. Eficacia en la comunicación
9.4.2. Dominio del lenguaje y la expresión corporal
9.4.3. Coordinación entre la lectura del texto y el lenguaje corporal
9.4.4. Lenguaje conciso, sencillo y breve
9.4.5. Empatía
9.4.6. Ensayos
9.5. Locución
9.5.1. Lectura de textos
9.5.2. Prácticas de articulación
9.5.3. Prácticas de dicción
9.5.4. Respiración
9.5.5. Énfasis
9.5.6. Lectura en voz alta
9.5.7. Técnica de voz en *Off*
9.5.8. Lectura con estilo propio
9.5.9. Locuciones en vivo
9.5.10. Intención
9.5.11. Naturalidad
9.6. Reporterismo televisivo. Preproducción, producción y realización
9.6.1. Praxis del Reporterismo de televisión
9.6.2. Búsqueda de documentación para el reportaje
9.6.3. Necesidades técnicas y humanas en el proceso de creación del reportaje
9.6.4. Narrativa periodística audiovisual para lo que se va a decir en directo o en *Off*
9.6.5. Realización del reportaje
9.7. Fotorreporterismo y su tipología
9.7.1. El fotorreportaje
9.7.2. Fotografía informativa
9.7.3. Fotografía testimonial
9.7.4. Ensayo
9.7.5. Foto ilustración
9.8. Ética y deontología en el Reporterismo de televisión
9.8.1. Respeto a la verdad
9.8.2. Verificación y contrastación de fuentes
9.8.3. Investigación veraz y crítica de los hechos
9.8.4. Objetividad como principal meta a perseguir

9.9. Taller de cámara, edición y montaje
- 9.9.1. Toma de imágenes e iluminación
- 9.9.2. Montaje del reportaje
- 9.9.3. El directo
- 9.9.4. La realización

9.10. Taller de reportaje
- 9.10.1. Pautas para la elección del tema
- 9.10.2. Enfoque
- 9.10.3. La rigurosidad del trabajo con fuentes
- 9.10.4. Verificación de la información
- 9.10.5. La importancia en la selección de la información

Módulo 10. Tendencias de la televisión del futuro

10.1. Predominancia del contenido
- 10.1.1. Actuaciones de la industria multimedia
- 10.1.2. Televisión por internet
- 10.1.3. Servicios de transmisión en directo
- 10.1.4. Proveedores de publicidad en internet

10.2. Modelos de monetización
- 10.2.1. Ralentización de los servicios tradicionales de *Streaming*
- 10.2.2. Oportunidades de expansión
- 10.2.3. Mercados extranjeros
- 10.2.4. Licencia de contenidos

10.3. El consumidor de contenidos
- 10.3.1. La audiencia ha sido sustituida por consumidores
- 10.3.2. Contenidos originales
- 10.3.3. Mercado competitivo
- 10.3.4. Motores de recomendación, hiperpersonalización y edición de contenidos

10.4. La televisión ligada a la ingeniería digital
- 10.4.1. Programación
- 10.4.2. Innovación
- 10.4.3. Servicios digitales
- 10.4.4. Plataformas para el consumo de contenidos

10.5. *Big Data* y una audiencia cambiante
- 10.5.1. Hábitos de visualización
- 10.5.2. Dificultades de retención de la audiencia
- 10.5.3. Visualización multidispositivo
- 10.5.4. Sistemas CRM

10.6. Televisión predictiva
- 10.6.1. Estadísticas de modelización
- 10.6.2. Minería de datos
- 10.6.3. Consumo reactivo de contenidos
- 10.6.4. Atracción de productos audiovisuales

10.7. El Periodismo dron
- 10.7.1. ¿Nuevo género periodístico?
- 10.7.2. Repaso histórico del fenómeno dron
- 10.7.3. Drones e informativos

10.8. El Periodismo dron ligado al Periodismo de Investigación o Fotoperiodismo
- 10.8.1. El Periodismo de las cosas
- 10.8.2. La televisión en todas partes
- 10.8.3. Nuevas plataformas para ver televisión
- 10.8.4. Cambio estructural en el modelo de la televisión
- 10.8.5. Nuevas tendencias en los enfoques, interacción e inmersión

10.9. Periodistas *Influencers*
- 10.9.1. *Instastars, Youtubers, Vloggers*
- 10.9.2. Estrategia en redes sociales
- 10.9.3. Agencias y marcas
- 10.9.4. Relación entre *Influencer* y televisión

10.10. El futuro de la televisión en internet
- 10.10.1. Una televisión de calidad en internet
- 10.10.2. Vídeos de larga duración
- 10.10.3. Redes de banda ancha y móvil
- 10.10.4. 4G y 5G

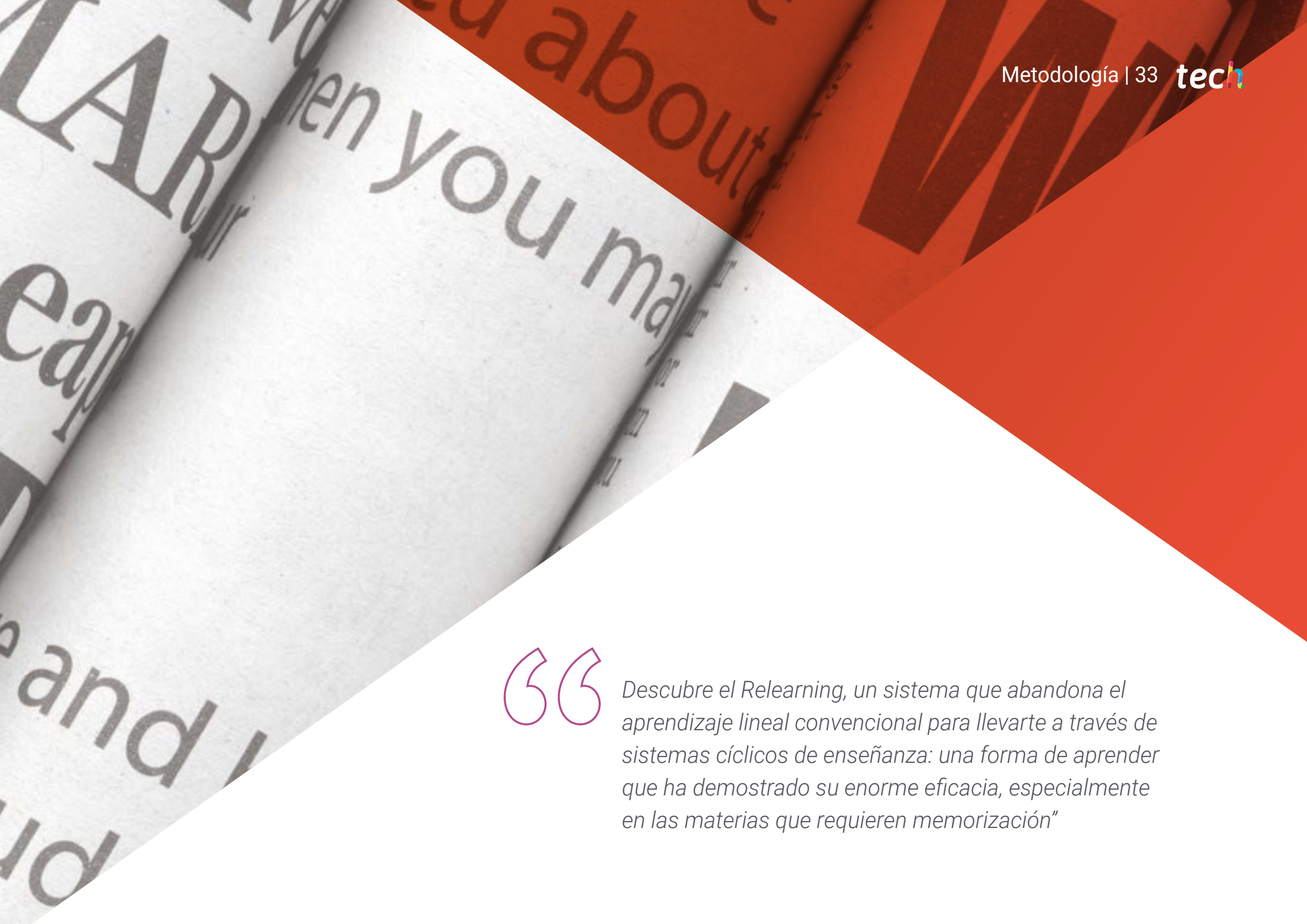
05

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.

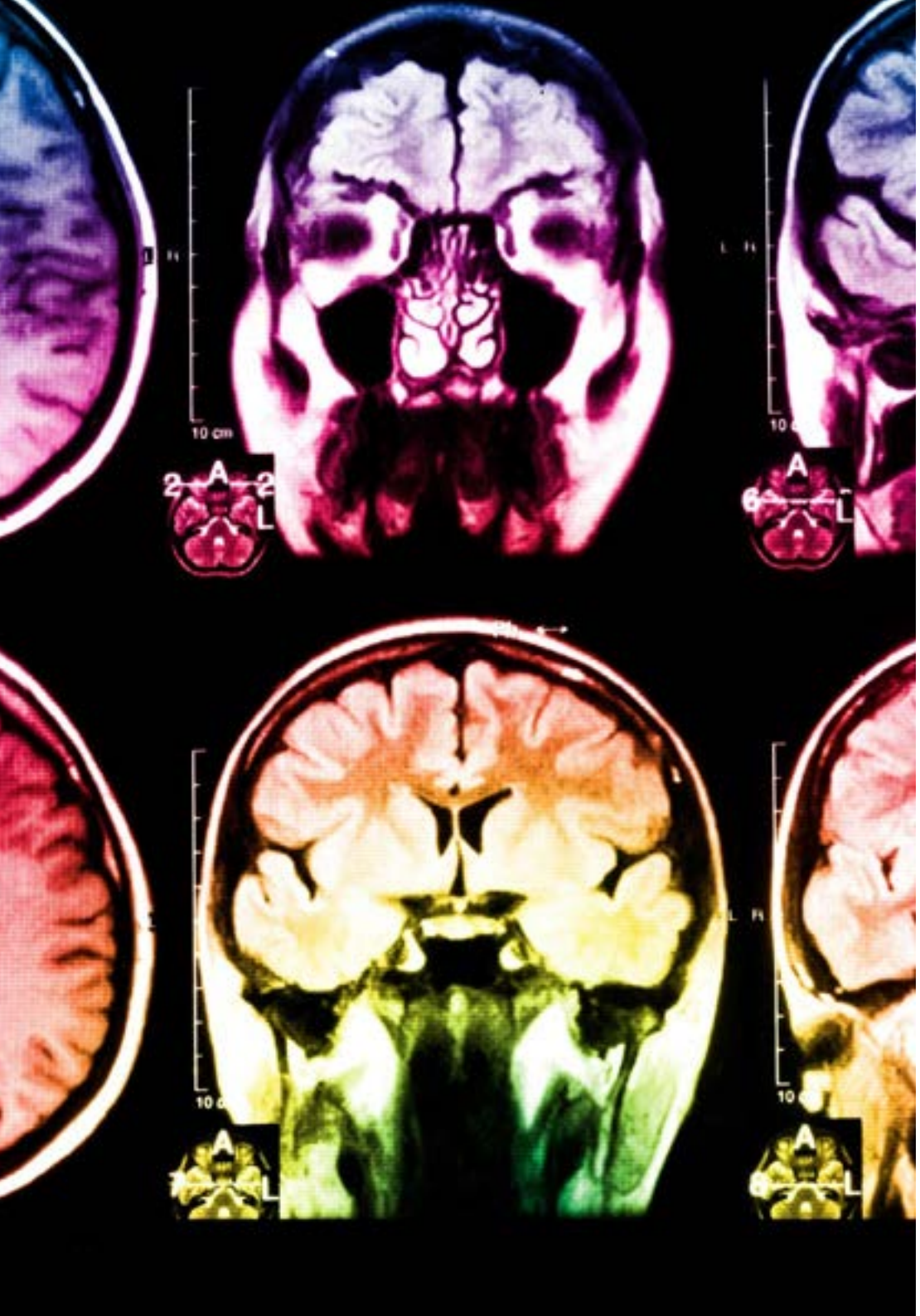
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

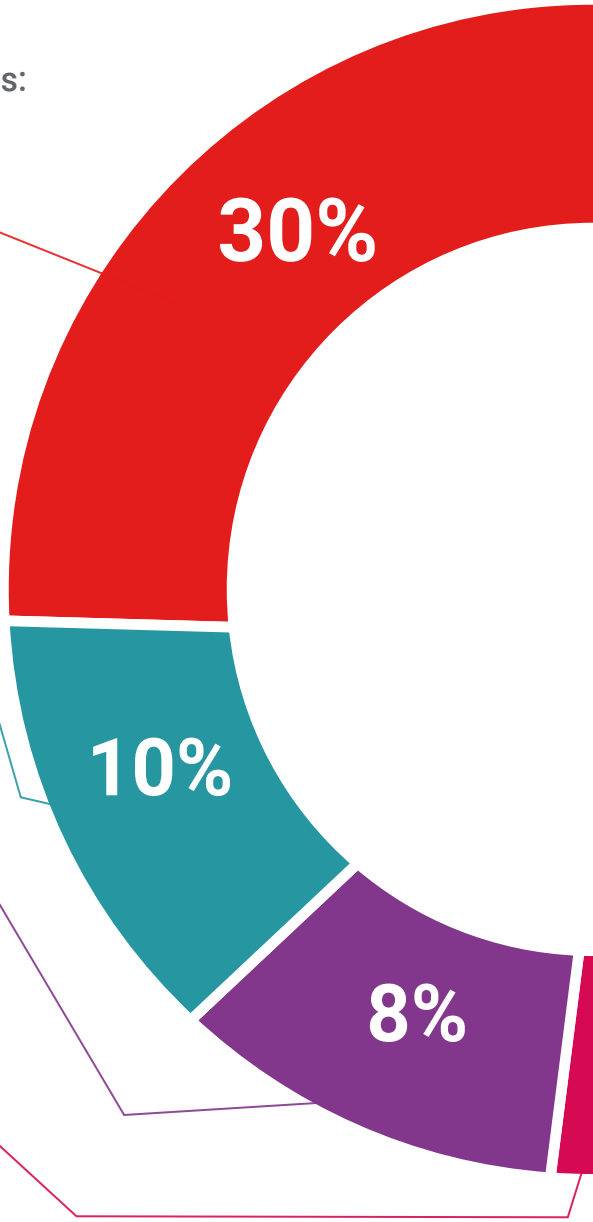
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

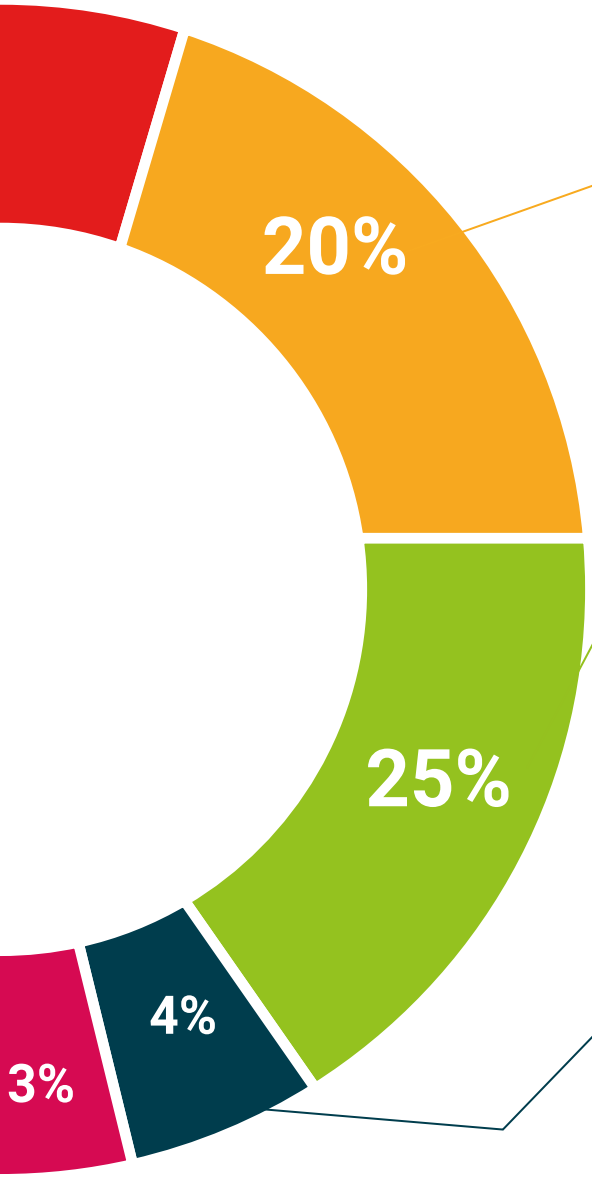
Prácticas de habilidades y competencias

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.

06

Titulación

El Máster Título Propio en Investigación Periodística y Reporterismo en TV 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 Investigación Periodística y Reporterismo en TV** 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 Investigación Periodística y Reporterismo en TV**

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

Investigación Periodística y Reporterismo en TV

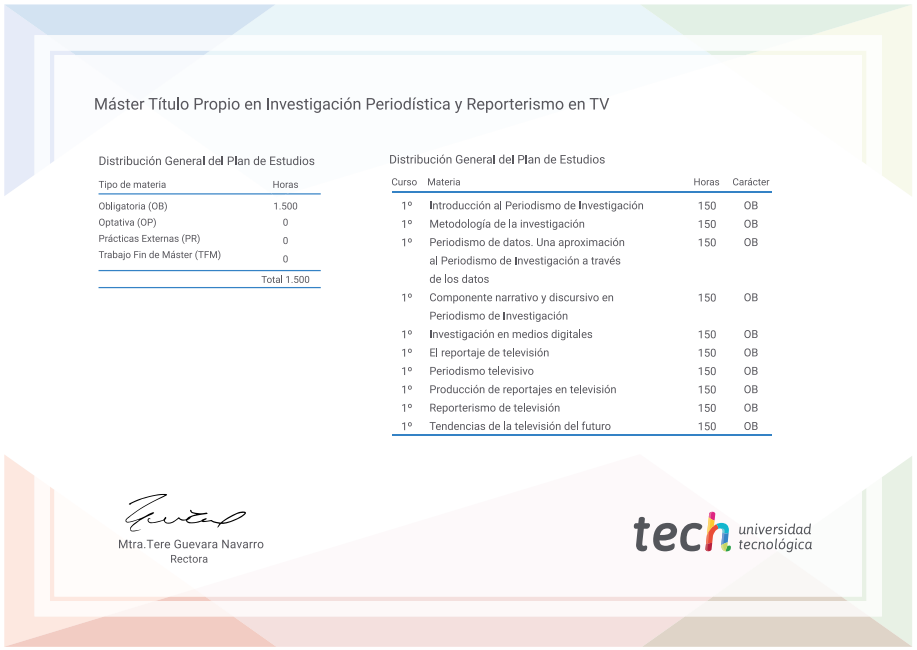
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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 Investigación Periodística y Reporterismo en TV

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	Introducción al Periodismo de Investigación	150	OB
1º	Metodología de la investigación	150	OB
1º	Periodismo de datos. Una aproximación al Periodismo de Investigación a través de los datos	150	OB
1º	Componente narrativo y discursivo en Periodismo de Investigación	150	OB
1º	Investigación en medios digitales	150	OB
1º	El reportaje de televisión	150	OB
1º	Periodismo televisivo	150	OB
1º	Producción de reportajes en televisión	150	OB
1º	Reporterismo de televisión	150	OB
1º	Tendencias de la televisión del futuro	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.

salud

personas

enseñanza

comunidad

innovación

conocimiento

instituciones



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Investigación Periodística y Reporterismo en TV

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

Investigación Periodística y Reporterismo en TV



tech universidad tecnológica