Grand Master

Periodismo Multimedia y Comunicación Digital



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Grand Master
Periodismo Multimedia y Comunicación Digital

Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**
Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/grand-master/grand-master-periodismo-multimedia-comunicacion-digital

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Estructura y contenido — pág. 18

05 Metodología — pág. 38

06 Titulación — pág. 46

01

Presentación

Los medios de comunicación han vivido un gran avance favorecido por la evolución de las nuevas tecnologías, que permite mayor inmediatez y canales en los que transmitir la información, pero que también favorece que cualquier persona, independientemente de su especialización, se convierta en “contadores de noticias”. Por eso, es importante contar con periodistas cualificados y capaces de adaptarse a las tendencias más actuales en comunicación digital.





Los avances en las nuevas tecnologías favorecen la creación de canales de comunicación que permiten llegar a un mayor público de manera inmediata"

Los medios de comunicación en la actualidad siguen en constante cambio. Solo los profesionales capacitados y en la vanguardia del periodismo, serán capaces de mantener un nivel de acción a la altura de las exigencias del mercado.

Este grand master ofrece una visión completa y actualizada del periodismo multimedia y la comunicación digital, un área que está "ganando la batalla" al periodismo tradicional, por su inmediatez, la facilidad de acceso o la retroalimentación que los medios digitales ofrecen, entre otros aspectos.

El contenido y estructura de este programa pretende capacitar profesionales en el campo de conocimiento del periodismo, desde una concepción multimediática de la información, que agrupa conocimientos específicos en las áreas del periodismo especializado, las nuevas tecnologías, la estructura de la información y el ámbito audiovisual.

Los estudios de periodismo son uno de los más demandados en todas las universidades, ya que esta profesión tiene una gran influencia en la población y ha cobrado un gran protagonismo desde sus inicios. El periodismo abarca diferentes ramas: social, cultural, económico, deportivo, internacional, sucesos, conflictos... Esto hace necesario la especialización de los profesionales de este sector para contar las historias de la manera más adecuada en cada caso y, sobre todo, teniendo en cuenta la digitalización de los medios, debido al gran protagonismo que tiene en el mundo del periodismo.

A lo largo de esta especialización, el alumno recorrerá todos los planteamientos actuales en los diferentes retos que su profesión plantea. Un paso de alto nivel que se convertirá en un proceso de mejora, no solo profesional, sino personal.

Este reto es uno de los que en TECH asumimos como compromiso social: ayudar a la especialización de profesionales altamente cualificados y desarrollar sus competencias personales, sociales y laborales durante el desarrollo la misma.

No solo te llevaremos a través de los conocimientos teóricos que te ofrecemos, sino que te mostraremos otra manera de estudiar y aprender, más orgánica, más sencilla y eficiente. Trabajaremos para mantenerte motivado y para crear en ti pasión por el aprendizaje. Y te impulsaremos a pensar y a desarrollar el pensamiento crítico.

Este **Grand Master en Periodismo Multimedia y Comunicación Digital** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas de la capacitación son:

- La última tecnología en software de enseñanza online
- El sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- Los sistemas de vídeo interactivo de última generación
- La enseñanza apoyada en la telepráctica
- Los sistemas de actualización y reciclaje permanente
- El aprendizaje autorregulable: total compatibilidad con otras ocupaciones
- Los ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- Los grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- La comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- Los bancos de documentación complementaria disponible permanentemente, incluso después de la especialización

Una especialización de alto nivel científico, apoyada en un avanzado desarrollo tecnológico y en la experiencia docente de los mejores profesionales"

Una especialización creada para profesionales que aspiran a la excelencia y que te permitirá adquirir nuevas competencias y estrategias de manera fluida y eficaz"

Nuestro personal docente está integrado por profesionales en activo. De esta manera nos aseguramos de ofrecerte el objetivo de actualización educativa que pretendemos. Un cuadro multidisciplinar de profesionales capacitados y experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán al servicio de la especialización los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia: una de las cualidades diferenciales de este grand master.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico de este grand master. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en e-learning integra los últimos avances en tecnología educativa. De esta manera, podrás estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que te darán la operatividad que necesitas en tu especialización.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas: un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, usaremos la telepráctica. Con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo y el learning from an expert, podrás adquirir los conocimientos como si estuvieses enfrentándote al supuesto que estás aprendiendo en ese momento. Un concepto que te permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

Contamos con la mejor metodología docente y multitud de casos simulados que te ayudarán a capacitarte en situaciones reales.

Una inmersión profunda y completa en las estrategias y planteamientos en Periodismo Multimedia y Comunicación Digital.



02

Objetivos

Nuestro objetivo es capacitar profesionales altamente cualificados para la experiencia laboral. Un objetivo que se complementa, además, de manera global, con el impulso de un desarrollo humano que siente las bases de una sociedad mejor. Este objetivo se materializa en conseguir ayudar a los profesionales a acceder a un nivel de competencia y control mucho mayor. Una meta que podrás dar por adquirida, con una especialización de alta intensidad y precisión.





Si tu objetivo es mejorar en tu profesión, adquirir una cualificación que te habilite para competir entre los mejores, no busques más: Bienvenido a TECH"

Objetivos generales

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



Objetivos específicos

- Profundizar en el papel de los periodistas para la preservación del derecho fundamental a la libertad de prensa en las sociedades democráticas actuales
- Relacionar las principales características de la comunicación con las plataformas de comunicación social actuales
- Identificar los aspectos más importantes de la comunicación digital y su contextualización en el uso que hace la sociedad de ellos
- Desarrollar las capacidades óptimas para aplicar los conocimientos en el uso de las TIC
- Obtener una buena identidad digital a través de la utilización
- Dominar de los nuevos recursos multimedia
- Desarrollar las competencias y habilidades del Periodismo MoJO
- Aprovechar las nuevas posibilidades comunicativas que nos ofrecen los smartphones
- Adquirir el conocimiento necesario para analizar datos y estadísticas propias del nuevo periodismo
- Desarrollar el espíritu de investigación
- Desarrollar la capacidad de analizar problemas con los nuevos instrumentos del periodismo multimedia
- Comprender las herramientas para el análisis, el diseño y la puesta en práctica de iniciativas periodísticas basadas en los principios específicos del storytelling
- Describir as nuevas estrategias narrativas transmedia y de inmersión"
- Utilizar las continuas actualizaciones de las nuevas herramientas y recursos digitales como fotografías interactivas, timelines, mapas y gráficos
- Identificar los principales avances en las plataformas de comunicación social
- Comprender las bases teóricas y prácticas para el desarrollo de la planificación de un proyecto periodístico en el nuevo entorno virtual
- Adquirir la capacidad para convertir una idea en un proyecto de forma solvente
- Elaborar proyectos de transmisión de información coherente de forma mínima
- Adquirir las capacidades necesarias para la investigación de nuevas fuentes en el relato objetivo de los hechos y en el análisis de los datos
- Explicar las noticias de una manera concisa y precisa, manteniendo el interés por parte del consumidor
- Dominar con la solvencia las características propias para la elaboración de reportajes de investigación permitiendo que las noticias puedan ser verificadas
- Asegurarse de lograr la entrega de las noticias a la opinión pública con plenas garantías de información de calidad
- Describir la revolución que está experimentando el mercado de la comunicación a través de los factores tecnológicos, económicos y sociales
- Identificar las dificultades que está sufriendo la industria comunicativa en la adopción de nuevos modelos de negocio
- Ampliar las competencias en los modelos de medición de audiencias presentes en la actualidad
- Describir las implicaciones en el mundo del periodismo
- Contrastar los retos del sector en la configuración actual de la comunicación digital
- Conocer las bases epistemológicas para ejecutar las herramientas fundamentales de definición y diseño de un documental para la web, que se inicia con la comprensión del papel del formato del webdoc en la no-ficción y el trabajo periodístico contemporáneo
- Gestionar las técnicas y metodologías avanzadas de análisis y visualización de datos de la información más comunes en el ámbito del periodismo digital
- Alcanzar las competencias imprescindibles para generar y distribuir contenidos digitales relevantes, valiosos y atractivos para los usuarios
- Saber crear un vínculo comunicativo entre la marca y el consumidor"

- Describir las principales tendencias de investigación en la comunicación social, así como sus diferentes modelos
- Conocer y comprender las fuentes de conocimiento de la investigación científica
- Conocer y analizar los elementos que conforman la comunicación
- Conocer y comprender los orígenes del estudio de la comunicación
- Analizar los diferentes aspectos de la conducta comunicativa
- Describir los principales conceptos de la comunicación en grupos y organizaciones
- Dominar la tradición periodística desde sus orígenes a la actualidad, con atención a los principales medios de comunicación, periodistas y coberturas informativas de relieve
- Analizar los tipos de periódico que existen y los contenidos de los mismos
- Documentar los procesos informativos y manejar las nuevas tecnologías relativas al tratamiento de documentos
- Conocer las principales herramientas periodísticas y sus criterios de selección
- Expresar y actuar sobre la opinión pública, utilizando todos los métodos, lenguajes y soportes tecnológicos a disposición del periodismo en la actualidad (prensa, radio, televisión y redes)
- Conocer y analizar los elementos del periódico
- Organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera coherente y su relación con otras ciencias sociales y humanas
- Relacionar los principales hitos y tendencias en la historia de la comunicación y su impacto e influencia en la sociedad
- Comprender la naturaleza y potencialidad comunicativa de las imágenes
- Conocer los determinantes de la comunicación eficaz a grandes y pequeñas audiencias, incluyendo la comunicación no verbal y el uso del lenguaje corporal
- Analizar la persuasión de la publicidad a través de las imágenes
- Conocer en profundidad el diseño editorial y periodístico
- Analizar los distintos niveles y componentes que integran el sistema lingüístico del español, así como los productos discursivos que se enmarcan en las diferentes tipologías textuales



- Identificar las similitudes y diferencias entre el código oral y el código escrito
- Conocer y dominar las estrategias de coherencia, cohesión y adecuación en la elaboración de textos
- Distinguir las diferentes fases del proceso de escritura
- Analizar el texto y su lingüística
- Conocer en profundidad la comunicación en la antigüedad y la comunicación actual
- Comunicar e informar en el lenguaje propio del medio de comunicación prensa, mediante el dominio de sus diversos géneros periodísticos
- Adoptar decisiones relacionadas con las tareas informativas, la producción y la edición, que se manifiestan en la búsqueda de la máxima actualidad
- Elaborar publicaciones periódicas tanto en soporte papel como en formato digital
- Redactar piezas periodísticas en tiempo y forma conforme a las especificaciones de los distintos géneros informativos (noticia), interpretativos (crónica, entrevista y reportaje) y de opinión (editorial, columna, artículo, etc)
- Conocer y analizar los géneros periodísticos
- Hacer llegar a la sociedad el conocimiento, las ideas y los debates de contenido informativo a través de las diferentes modalidades periodísticas y de los diferentes medios de comunicación
- Conocer la evolución histórica de los modos y tradiciones periodísticos españoles, europeos e internacionales contemporáneos a partir del análisis e investigación de los mensajes que transmiten y de su impacto social
- Comprender los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo
- Conocer y analizar el concepto de crónica periodística
- Conocer y analizar el concepto de reportaje periodístico
- Adoptar decisiones relacionadas con las tareas informativas, la producción y la edición, que se manifiestan en la búsqueda de la máxima actualidad
- Elaborar publicaciones periódicas tanto en soporte papel como en formato digital
- Conocer la tradición y los antecedentes históricos de la tecnología de la comunicación escrita y del diseño periodístico
- Conocer las formas iniciales de la escritura
- Evaluar la idoneidad de nuevas publicaciones periódicas
- Conocer las particularidades que definen a la revista como medio del periodismo escrito, su tipología y la segmentación de su mercado
- Elaborar publicaciones periódicas tanto en soporte papel como en formato digital
- Conocer la tradición y los antecedentes históricos de la tecnología de la comunicación escrita y del diseño periodístico
- Analizar e identificar los diferentes componentes de una revista
- Conocer la revista, sus especificidades y el mercado editorial
- Hacer llegar a la sociedad el conocimiento, las ideas y los debates de contenido informativo a través de las diferentes modalidades periodísticas y de los diferentes medios de comunicación
- Identificar y utilizar apropiadamente las fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación
- Conocer y analizar la empresa informativa
- Comprender la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos, como expresiones de los modos de vida y de las culturas de las sociedades en las que desempeñan su función pública
- Comprender la importancia de Internet en la labor investigadora en el campo de las Ciencias de la Comunicación
- Conocer los nuevos profesionales 2.0
- Conocer el periodismo digital en sus formatos y contenidos

03

Competencias

Una vez estudiados todos los contenidos y alcanzados los objetivos del Grand Master en Periodismo Multimedia y Comunicación Digital, el profesional tendrá una superior competencia y desempeño en esta área. Un planteamiento completísimo, en una especialización de alto nivel, que marca la diferencia.





Acceder a la excelencia en cualquier profesión requiere esfuerzo y constancia. Pero, sobre todo, el apoyo de profesionales, que te aporten el impulso que te hace falta, con los medios y el soporte necesarios. En TECH ponemos a tu servicio todo lo que necesitas"

Al superar la capacitación el profesional será capaz de:

Competencias generales

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





Competencias específicas

- Conocer y analizar los nuevos lenguajes y nuevas narrativas de la radio y la televisión en Internet, el videoperiodismo y las redes sociales, así como las tendencias emergentes
- Planificar y generar modelos digitales mediante el conocimiento y uso de programas y técnicas aplicadas a la radio y a la televisión
- Evaluar y analizar las funciones y estructura de la información audiovisual y multimedia
- Capacidad para conocer las nuevas herramientas, la producción informativa o comunicativa, escrita o multimedia, basada en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, los códigos audiovisuales e informáticos para el desarrollo de la competencia mediática y digital
- Divulgar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (Internet), mediante la hipertextualidad
- Identificar el proceso de comunicación y analizar los elementos que lo forman
- Conocer las principales herramientas periodísticas y saber utilizarlas
- Utilizar de manera correcta la imagen y la comunicación no verbal
- Comunicar a través de textos escritos
- Distinguir los diferentes géneros periodísticos y aprender a utilizarlos
- Realizar publicaciones en formato digital
- Conocer las oportunidades que ofrece internet al periodismo

04

Estructura y contenido

Los contenidos de esta especialización han sido desarrollados por los diferentes profesores de este Grand Master, con una finalidad clara: conseguir que nuestro alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en esta materia. El contenido de este curso 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.





A través de un desarrollo muy bien compartimentado, podrás acceder a los conocimientos más avanzados del momento en Periodismo Multimedia y Comunicación Digital"

Módulo 1. Teoría de la comunicación social

1.1. El arte de comunicar.
- 1.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social.
- 1.1.2. El conocimiento.
  - 1.1.2.1. Las fuentes del conocimiento.
- 1.1.3. Los métodos científicos.
  - 1.1.3.1. El método deductivo.
  - 1.1.3.2. El método inductivo.
  - 1.1.3.3. El método hipotético - deductivo.
- 1.1.4. Conceptos comunes en la investigación científica.
  - 1.1.4.1. Variables dependientes e independientes.
  - 1.1.4.2. Hipótesis.
  - 1.1.4.3. La operacionalización.
  - 1.1.4.4. La ley o teoría de cobertura.

1.2. Elementos de la comunicación.
- 1.2.1. Introducción.
- 1.2.2. Elementos de la comunicación.
- 1.2.3. La investigación empírica.
  - 1.2.3.1. Investigación básica versus investigación aplicada.
  - 1.2.3.2. Los paradigmas de investigación.
  - 1.2.3.3. Los valores en la investigación.
  - 1.2.3.4. La unidad de análisis.
  - 1.2.3.5. Estudios trasversales y longitudinales.
- 1.2.4. Definir la comunicación.

1.3. Trayectorias de la investigación en comunicación social.
- 1.3.1. Introducción. La comunicación en el mundo antiguo.
- 1.3.2. Teóricos de la comunicación.
  - 1.3.2.1. Grecia.
  - 1.3.2.2. Los sofistas, primeros teóricos de la comunicación.
  - 1.3.2.3. La retórica aristotélica.
  - 1.3.2.4. Cicerón y los cánones de la retórica.
  - 1.3.2.5. Quintiliano: la institución oratoria.
- 1.3.3. El periodo moderno: la teoría de la argumentación.
  - 1.3.3.1. El humanismo antirretoricista.
  - 1.3.3.2. La comunicación en el Barroco.
  - 1.3.3.3. De la Ilustración a la sociedad de masas.
- 1.3.4. El siglo XX: la retórica de los mass media.
  - 1.3.4.1. La comunicación mediática.

1.4. La conducta comunicativa.
- 1.4.1. Introducción: el proceso comunicativo.
- 1.4.2. La conducta comunicativa.
  - 1.4.2.1. La etología animal y el estudio de la comunicación humana.
  - 1.4.2.2. Los antecedentes biológicos de la comunicación.
  - 1.4.2.3. La comunicación intrapersonal.
  - 1.4.2.4. Los patrones de conducta comunicativa.
- 1.4.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal.
  - 1.4.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa.
  - 1.4.3.2. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales.

1.5. La transacción comunicativa.
- 1.5.1. Introducción: La transacción comunicativa.
- 1.5.2. El análisis transaccional.
  - 1.5.2.1. El yo-niño.
  - 1.5.2.2. El yo-padre.
  - 1.5.2.3. El yo-adulto.
- 1.5.3. Clasificación de las transacciones.



1.6. Identidad, autoconcepto y comunicación.
- 1.6.1. Introducción.
- 1.6.2. Identidad, autoconcepto y comunicación.
  - 1.6.2.1. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades.
  - 1.6.2.2. La estrategia de las emociones negativas.
  - 1.6.2.3. La estrategia de las emociones positivas.
  - 1.6.2.4. La estrategia de inducción de emociones en los otros.
  - 1.6.2.5. La estrategia de compromiso mutuo.
  - 1.6.2.6. La estrategia de la lástima o la comprensión.
- 1.6.3. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos.
  - 1.6.3.1. El interaccionismo simbólico.
- 1.6.4. El constructivismo.
- 1.6.5. El autoconcepto motivado para interactuar.
  - 1.6.5.1. La teoría de la acción razonada.
- 1.6.6. Pragmática conversacional.

1.7. La comunicación en grupos y organizaciones.
- 1.7.1. Introducción: el proceso comunicativo.
- 1.7.2. La conducta comunicativa.
  - 1.7.2.1. La etología animal y el estudio de la comunicación humana.
  - 1.7.2.2. Los antecedentes biológicos de la comunicación.
  - 1.7.2.3. La comunicación intrapersonal.
  - 1.7.2.4. Los patrones de conducta comunicativa.
- 1.7.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal.

1.7.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa.

1.7.3.2. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales.

1.8. Comunicación mediática I
- 1.8.1. Introducción.
- 1.8.2. La comunicación mediática.
- 1.8.3. Características de los medios y de sus mensajes.
  - 1.8.3.1. Los medios de comunicación de masas.
  - 1.8.3.2. Las funciones de los medios.

1.8.4. Los efectos poderosos de los medios de masas.
1.8.4.1. Los medios nos dicen qué debemos pensar y qué no debemos pensar.
1.9. Comunicación mediática II.
1.9.1. Introducción.
1.9.2. La teoría hipodérmica.
1.9.3. Los efectos limitados de los medios de comunicación.
1.9.4. Los usos y gratificaciones de la comunicación de masas.
1.9.4.1. Teoría de usos y gratificaciones.
1.9.4.2. Orígenes y principios.
1.9.4.3. Objetivos de la teoría de usos y gratificaciones.
1.9.4.4. Teoría de la expectativa.
1.10. Comunicación mediática II.
1.10.1. Introducción.
1.10.2. La comunicación computerizada y la realidad virtual.
1.10.2.1. La comunicación mediante ordenadores: el problema de su integración teórica.
1.10.2.2. Definiciones de la comunicación computerizada.
1.10.3. Evolución de la teoría de los usos y gratificaciones.
1.10.3.1. Refuerzos de la teoría de la dependencia mediática.
1.10.4. La realidad virtual como objeto de estudio emergente.
1.10.4.1. La inmersión psicológica del usuario.
1.10.5. La telepresencia.

Módulo 2. Teoría del periodismo

2.1. Definición y tipos de periódicos.
2.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social.
2.1.2. Conceptos clave: comunicación, información y periodismo.
2.1.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad.
2.1.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación.
2.1.5. Definición y características del diario.
2.1.5.1. Historia.
2.1.5.2. Temáticas.
2.1.5.3. Precio de venta.
2.1.5.4. Formato.
2.1.6. Los contenidos del diario.
2.1.6.1. Secciones.
2.2. Principales herramientas periodísticas.
2.2.1. Introducción.
2.2.2. Principales herramientas periodísticas.
2.2.3. Criterios de selección.
2.2.3.1. ¿Qué son?.
2.2.3.2. Clasificaciones.
2.2.3.3. Relación con la actualidad.
2.3. Elementos del periódico.
2.3.1. Introducción.
2.3.2. Elementos del periódico.
2.3.3. Diferentes elementos.
2.4. El periodista y sus capacidades o habilidades periodísticas.
2.4.1. Introducción.
2.4.2. El periodista y sus habilidades o capacidades periodísticas.
2.4.3. Debate sobre la profesión periodísticas.
2.4.4. Actitudes.
2.4.4.1. Actitudes prácticas.
2.4.4.2. Actitudes intelectuales y morales.

2.5. La organización de un periódico.
- 2.5.1. Introducción.
- 2.5.2. Dos estructuras en una: la empresa y la redacción.
- 2.5.3. Principios editoriales.
- 2.5.4. Estatutos de redacción.
  - 2.5.4.1. Roles en la redacción.
- 2.5.5. Epílogo: de la versión digital a la edición digital.

2.6. El trabajo periodístico.
- 2.6.1. Introducción.
- 2.6.2. El trabajo periodístico.
- 2.6.3. Qué es y cómo se organiza una redacción.
- 2.6.4. A diario.
- 2.6.5. La planificación a largo plazo.
- 2.6.6. rabajo individual y colectivo.
  - 2.6.6.1. Trabajos individuales.
  - 2.6.6.2. Trabajos colectivos.
  - 2.6.6.3. Libros de estilo.

2.7. Deontología periodística.
- 2.7.1. Introducción.
- 2.7.2. Origen y evolución histórica.
  - 2.7.2.1. El Informe Hutchins.
  - 2.7.2.2. El Informe McBride.
- 2.7.3. Una forma de regular la profesión.
- 2.7.4. Funciones de la autorregulación.
- 2.7.5. Códigos deontológicos.

2.8. Tipos de periodismo.
- 2.8.1. Introducción.
- 2.8.2. Periodismo de investigación.
  - 2.8.2.1. Cualidades del periodista de investigación.
  - 2.8.2.2. Esquema Williams.
  - 2.8.2.3. Técnicas de investigación-innovación.
- 2.8.3. Periodismo de precisión.
  - 2.8.3.1. Especializaciones del periodismo de precisión.
- 2.8.4. Periodismo de servicio.
  - 2.8.4.1. Características temáticas.
- 2.8.5. La especialización periodística.
- 2.8.6. Desarrollo de la información especializada.

2.9. Periodismo y retórica.
- 2.9.1. Introducción.
- 2.9.2. Separación información-opinión.
- 2.9.3. Las teorías de los géneros periodísticos.
- 2.9.4. Aportaciones de la retórica.
- 2.9.5. La elocutio o elocución.

2.10. El periodismo como actor político.
- 2.10.1. Introducción.
- 2.10.2. El periódico según los teóricos.
- 2.10.3. El periódico, actor de conflicto.
  - 2.10.3.1. El periódico como comunicación.
  - 2.10.3.2. El periódico en los niveles extra, ínter, intra.
- 2.10.4. El periódico como pacificador.
  - 2.10.4.1. Mecanismo de alarma.
  - 2.10.4.2. Creador de atmósferas, movilizador para la paz.
- 2.10.5. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas.
- 2.10.6. El periódico como institución misionera.
- 2.10.7. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio.
- 2.10.8. El periódico como narrador y participante de conflictos.

2.11. El periodismo como actor social.
- 2.11.1. Introducción.
- 2.11.2. El periódico como intérprete y mediador.
- 2.11.3. El periódico como miembro del sistema político y como sistema parapolítico.
- 2.11.4. El periódico como informador y pseudocomunicador político.
- 2.11.5. El periódico como destinatario de las políticas comunicativas de otros actores sociales.

Módulo 3. Comunicación visual

3.1. La comunicación visual.
- 3.1.1. Introducción.
- 3.1.2. Comunicación visual y alfabetización visual.
  - 3.1.2.1. El aprendizaje de la cultura visual.
  - 3.1.2.2. Lenguaje natural o lenguaje arbitrario.
- 3.1.3. Cualidades de la Comunicación Visual.
  - 3.1.3.1. Inmediatez.
  - 3.1.3.2. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica.
  - 3.1.3.3. Grado de complejidad del mensaje.
- 3.1.4. Definición de la Comunicación Visual.

3.2. El diseño gráfico.
- 3.2.1. Introducción.
- 3.2.2. El diseño.
- 3.2.3. El diseño gráfico.
  - 3.2.3.1. El grafismo.
  - 3.2.3.2. Diseño y arte.
- 3.2.4. Diseño gráfico y comunicación.
- 3.2.5. Ámbitos de aplicación del diseño gráfico.

3.3. Antecedentes y evolución de la Comunicación Visual.
- 3.3.1. Introducción.
- 3.3.2. El problema del origen.
- 3.3.3. La Prehistoria.
- 3.3.4. La Edad Antigua.
  - 3.3.4.1. Grecia.
  - 3.3.4.2. Roma.
- 3.3.5. La Edad Media.
- 3.3.6. El Renacimiento: surgimiento de la imprenta en Europa.
- 3.3.7. Del siglo XVI al XVIII.
- 3.3.8. El siglo XIX y la primera mitad del siglo XX.



3.4. El significado de los mensajes visuales.
- 3.4.1. Introducción.
- 3.4.2. La imagen, objeto significante.
- 3.4.3. La cualidad representacional de la imagen: la iconicidad.
  - 3.4.3.1. Tipo, pattern y form.
- 3.4.4. La cualidad plástica de la imagen.
  - 3.4.4.1. El signo plástico.
- 3.4.5. La cualidad simbólica.
- 3.4.6. Otros códigos visuales.

3.5. La persuasión.
- 3.5.1. Introducción.
- 3.5.2. La persuasión de la publicidad.
- 3.5.3. Características.

3.6. Elementos relativos a la representación de la imagen.
- 3.6.1. Introducción.
- 3.6.2. Elementos relativos a la representación de la imagen.
- 3.6.3. La articulación de la representación de la imagen.
  - 3.6.3.1. El concepto de la representación.
  - 3.6.3.2. La articulación de la representación.
  - 3.6.3.3. La significación plástica.
- 3.6.4. Elementos morfológicos de la imagen.
- 3.6.5. Elementos escalares de la imagen.
  - 3.6.5.1. El tamaño.
  - 3.6.5.2. La escala.
  - 3.6.5.3. La proporción.
  - 3.6.5.4. El formato.

3.7. La composición.
- 3.7.1. Introducción.
- 3.7.2. La composición o sintaxis visual.
- 3.7.3. El equilibrio.
- 3.7.4. Elementos dinámicos de la representación.
- 3.7.5. La composición normativa.

3.8. El color y la luz.
- 3.8.1. Introducción.
- 3.8.2. Luz, color y percepción.
  - 3.8.2.1. La luz y el espectro cromático visible.
  - 3.8.2.2. La percepción de la luz y los colores.
  - 3.8.2.3. La capacidad de adaptación del sistema perceptivo.
  - 3.8.2.4. La temperatura de color de una fuente de luz.
- 3.8.3. Los colores primarios.
- 3.8.4. Técnicas básicas de reproducción del color.
- 3.8.5. Dimensiones del color.
- 3.8.6. Tipos de armonía y construcción de paletas.
- 3.8.7. Funciones plásticas del color.

3.9. La Tipografía.
- 3.9.1. Introducción.
- 3.9.2. Estructura formal y medición de los tipos.
- 3.9.3. Clasificación de tipos de letra.
- 3.9.4. La composición del texto.
- 3.9.5. Cuestiones que afectan a la legibilidad.

3.10. El diseño editorial y la infografía.
- 3.10.1. Introducción.
- 3.10.2. Diseño editorial.
- 3.10.3. Infografía.

3.11. El diseño periodístico desde la Teoría de la Imagen.
- 3.11.1. Introducción.
- 3.11.2. Funciones del diseño periodístico.
- 3.11.3. Acotación final del término diseño periodístico.
- 3.11.4. Arbitrariedad o naturalidad del diseño periodístico.
- 3.11.5. Articulación del lenguaje visual del diseño periodístico.

Módulo 4. Comunicación escrita

4.1. Historia de la Comunicación.
- 4.1.1. Introducción.
- 4.1.2. La comunicación en la antigüedad.
- 4.1.3. La revolución de la comunicación.
- 4.1.4. La comunicación actual.

4.2. Comunicación oral y escrita.
- 4.2.1. Introducción.
- 4.2.2. El texto y su lingüística.
- 4.2.3. El texto y sus propiedades: coherencia y cohesión.
  - 4.2.3.1. Coherencia.
  - 4.2.3.2. Cohesión.
  - 4.2.3.3. Recurrencia.

4.3. La planificación o preescritura.
- 4.3.1. Introducción.
- 4.3.2. El proceso de escritura.
- 4.3.3. La planificación.
- 4.3.4. La documentación.

4.4. El acto de escritura.
- 4.4.1. Introducción.
- 4.4.2. Estilo.
- 4.4.3. Léxico.
- 4.4.4. Oración.
- 4.4.5. Párrafo.

4.5. La reescritura.
- 4.5.1. Introducción.
- 4.5.2. La revisión.
- 4.5.3. Cómo usar el ordenador para mejorar el texto.
  - 4.5.3.1. Diccionario.
  - 4.5.3.2. Buscar/cambiar.
  - 4.5.3.3. Sinónimos.
  - 4.5.3.4. Párrafo.
  - 4.5.3.5. Matices.
  - 4.5.3.6. Cortar y pegar.
  - 4.5.3.7. Control de cambios, comentarios y comparación de versiones.

4.6. Cuestiones de ortografía y gramática.
- 4.6.1. Introducción.
- 4.6.2. Problemas más comunes de acentuación.
- 4.6.3. Mayúsculas.
- 4.6.4. Signos de puntuación.
- 4.6.5. Abreviaturas y siglas.
- 4.6.6. Otros signos.
- 4.6.7. Algunos problemas.

4.7. Modelos textuales: la descripción.
- 4.7.1. Introducción.
- 4.7.2. Definición.
- 4.7.3. Tipos de descripción.
- 4.7.4. Clases de descripción.
- 4.7.5. Técnicas.
- 4.7.6. Elementos lingüísticos.

4.8. Modelos textuales: la narración.
- 4.8.1. Introducción.
- 4.8.2. Definición.
- 4.8.3. Características.
- 4.8.4. Elementos.
- 4.8.5. El narrador.
- 4.8.6. Elementos lingüísticos.

4.9. Modelos textuales: la exposición y el género epistolar.
- 4.9.1. Introducción.
- 4.9.2. La exposición.
- 4.9.3. El género epistolar.
- 4.9.4. Elementos.

4.10. Modelos textuales: la argumentación.
- 4.10.1. Introducción.
- 4.10.2. Definición.

4.10.3. Elementos y estructura de la argumentación.
4.10.4. Tipos de argumentos.
4.10.5. Falacias.
4.10.6. Estructura.
4.10.7. Rasgos lingüísticos.
4.11. La escritura académica.
4.11.1. Introducción.
4.11.2. El trabajo científico.
4.11.3. El resumen.
4.11.4. La reseña.
4.11.5. El ensayo.
4.11.6. Las citas.
4.11.7. La escritura en Internet.

Módulo 5. Periodismo escrito I

5.1. Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos.
5.1.1. Introducción.
5.1.2. Planteamiento general.
5.1.3. Antecedentes, utilidad y criterios de valoración.
5.1.4. Clasificación de los géneros.
5.1.5. Características diferenciales. Primera fase: conceptos previos.
5.1.5.1. Noticia.
5.1.6. Características diferenciales. Segunda fase: rasgos distintivos de cada género.
5.1.7. Otro modelo de clasificación más simplificado y universal.
5.1.8. Previsiones de futuro: los géneros en el periodismo digital.
5.2. El periodista multimedia y la transformación de los géneros.
5.2.1. Introducción.
5.2.2. Nace un nuevo periodista.
5.2.3. Consecuencias para el periodista.
5.2.4. Difícil separación entre relatos y comentarios.
5.2.5. Nuevos géneros periodísticos.
5.2.6. La diferencia de trabajar en la Red.
5.2.7. Cada canal exige una forma de hacer.
5.2.8. Nueva fisonomía de la radio.
5.2.9. Entender la historia televisiva.
5.2.10. Una pantalla para cada cosa.
5.2.11. Un lenguaje específico para la Red.
5.2.12. La regla número 17 de Stephen King.
5.3. El lenguaje periodístico.
5.3.1. Introducción.
5.3.2. Lenguaje periodístico.
5.3.3. El texto periodístico y su contexto.
5.3.4. El lenguaje coral de los iconos.
5.4. La noticia.
5.4.1. Introducción.
5.4.2. Definición.
5.4.3. Cualidades específicas del hecho noticioso.
5.4.4. Tipos de noticia.
5.5. Las noticias discursivas.
5.5.1. Introducción.
5.5.2. Preparación y cobertura.
5.5.3. Redacción.
5.5.4. Partes de la noticia.
5.6. El arte de las citas.
5.6.1. Introducción.
5.6.2. Funciones de las citas.
5.6.3. Tipos de citas.
5.6.4. Técnicas de la cita directa.
5.6.5. Cuando usar las citas directas.
5.7. La narración periodística.
5.7.1. Introducción.
5.7.2. La narración periodística.
5.7.3. Problemas en la narración periodística.

5.8. Los titulares periodísticos.
- 5.8.1. Introducción.
- 5.8.2. Funciones de los titulares.
- 5.8.3. Características de los titulares.
- 5.8.4. Evolución de los titulares.
- 5.8.5. Elementos de titulación en los medios impresos, audiovisuales y digitales.
- 5.8.6. Tipos de titulares.

5.9. Las fuentes en el periodismo informativo.
- 5.9.1. Introducción.
- 5.9.2. En busca de la noticia.
- 5.9.3. Tipos de fuentes para el periodismo informativo.

5.10. Producción informativa y procedimientos de producción.
- 5.10.1. Introducción.
- 5.10.2. Organización del trabajo.
- 5.10.3. Comercialización.
- 5.10.4. Algunos aspectos contables.
- 5.10.5. La imagen de los periódicos.
  - 5.10.5.1. El rediseño de periódicos.

Módulo 6. Periodismo escrito II

6.1. La interpretación y la teoría de los géneros periodísticos.
- 6.1.1. Introducción.
- 6.1.2. La interpretación, tarea periodística.
- 6.1.3. La «tipología de Martínez Albertos».
- 6.1.4. Otras clasificaciones finalistas.
- 6.1.5. La objetividad, criterio clasificador.
- 6.1.6. ¿Los hechos son sagrados y las opiniones libres?

6.2. La crónica periodística (I). Orígenes y definición.
- 6.2.1. Introducción.
- 6.2.2. Definición de crónica.
- 6.2.3. La crónica en la era digital.
- 6.2.4. Tipología de la crónica.

6.3. La crónica periodística (II). Titulares, entradillas y recursos de estilo.
- 6.3.1. Introducción.
- 6.3.2. La titulación de las crónicas.
- 6.3.3. Tipos de entradilla.
- 6.3.4. El cuerpo: principales recursos de estilo.

6.4. La crónica periodística (II). Titulares, entradillas y recursos de estilo.
- 6.4.1. Introducción.
- 6.4.2. La crónica de sucesos y judicial.
- 6.4.3. La crónica parlamentaria.
- 6.4.4. La España democrática.
- 6.4.5. La crónica de espectáculos.
- 6.4.6. La crónica deportiva.

6.5. El reportaje (I). Definición, orígenes y tipología.
- 6.5.1. Introducción.
- 6.5.2. Definición.
- 6.5.3. El origen del reportaje: sus precedentes.
- 6.5.4. El «reportaje interpretativo».
- 6.5.5. Estilo y características diferenciales del reportaje.
- 6.5.6. El reportaje en soporte digital.
- 6.5.7. Tipología de reportajes.
  - 6.5.7.1. Tipología digital.

6.6. El reportaje (II). Idea, enfoque e investigación.
- 6.6.1. Introducción.
- 6.6.2. Escasa pedagogía del reportaje.
- 6.6.3. El proyecto del reportaje: la idea y el enfoque.
- 6.6.4. La investigación: recopilación, selección y ordenación de los datos.
- 6.6.5. Cuando usar las citas directas.

6.7. El reportaje (III). Estructura y redacción.
- 6.7.1. Introducción.
- 6.7.2. Estilo y estructura, claves del reportaje.
- 6.7.3. La titulación del reportaje.
- 6.7.4. La entradilla del reportaje.
- 6.7.5. El cuerpo del reportaje.



6.8. La entrevista (I). Definición, origen y principales hitos.
- 6.8.1. Introducción.
- 6.8.2. Definición de entrevista.
- 6.8.3. Origen histórico de la entrevista: los diálogos.
- 6.8.4. La evolución de la entrevista.

6.9. La entrevista (II). Tipología, preparación y realización.
- 6.9.1. Introducción.
- 6.9.2. Tipos de entrevistas.
- 6.9.3. El proceso de confección de la entrevista.

6.10. La entrevista (III). Organización del material y redacción.
- 6.10.1. Introducción.
- 6.10.2. Transcripción y preparación del material obtenido.
- 6.10.3. La titulación de la entrevista.
  - 6.10.3.1. Errores en el título.
- 6.10.4. La entradilla.
- 6.10.5. El cuerpo de la entrevista.

Módulo 7. Comunicación digital y sociedad

7.1. Sociedad-red vs Redes sociales
- 7.1.1. El nuevo panorama de la sociedad red
  - 7.1.1.1. Contexto
  - 7.1.1.2. Definición
- 7.1.2. Conceptos de la sociedad-red y las redes
  - 7.1.2.1. El informacionalismo
  - 7.1.2.2. El hipertexto
  - 7.1.2.3. Sociedad-red vs sociedad de la información
  - 7.1.2.4. Trabajadores auto-programables, genéricos y situación de las mujeres trabajadoras
  - 7.1.2.5. La innovación
  - 7.1.2.6. Poder y contrapoder en la sociedad-red
  - 7.1.2.7. Espacio de flujos y tiempo atemporal

7.2. La aceleración del tiempo
- 7.2.1. La aceleración del tiempo en el capitalismo global
  - 7.2.1.1. El tiempo tecnológico

7.3. Generación digital
- 7.3.1. Nativos digitales e inmigrantes digitales
- 7.3.2. Generaciones que conviven en la era digital
- 7.3.3. Discusión y crítica al concepto de generación digital

7.4. Orden mundial de la información vs. Comunicación global
- 7.4.1. Contexto de globalización
- 7.4.2. El Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación
- 7.4.3. El Informe MacBride
- 7.4.4. Discusión. ¿El regreso de MacBride?

7.5. Modelos de producción periodística
- 7.5.1. Modelo del periodismo tradicional
- 7.5.2. Modelo del periodismo académico
- 7.5.3. Modelo de granjas de contenido o la información low cost
- 7.5.4. Feudalismo digital
- 7.5.6. El modelo de defensa del Open Journalism
- 7.5.7. El boom español de nuevos medios y el código abierto

7.6. Retos de la profesión
- 7.6.1. La quiebra del modelo empresarial tradicional
- 7.6.2. El periodista en el nuevo mundo virtual
- 7.6.3. La ética del periodista en la era digital

7.7. Prestigio y credibilidad
- 7.7.1. La credibilidad y el prestigio en la era digital
- 7.7.2. Las fakes news

Módulo 8. Periodismo y social media

8.1. Periodistas en plataformas sociales
- 8.1.1. El periodista como empresa-marca en el mundo virtual
- 8.1.2. Singularidades en los medios sociales
  - 8.1.2.1. El caso de Twitter
  - 8.1.2.2. Los blogueros
  - 8.1.2.3. Los comentarios de los usuarios
- 8.1.3. El papel del periodista en los medios sociales

8.2. Medios en plataformas sociales
- 8.2.1. El uso de los medios de comunicación de las redes

8.3. Perfiles mediáticos en plataformas sociales
- 8.3.1. Ejemplos de perfiles en redes

8.4. La red de contactos y la relación con las fuentes en los entornos sociales
- 8.4.1. Fuentes en los Social Media
  - 8.4.1.1. Consideraciones generales
  - 8.4.1.2. Cambios en la relación con las fuentes en los Social Media
  - 8.4.1.3. Ventajas y riesgos de las redes sociales como fuentes de información
  - 8.4.1.4. Cambios en las formas de trabajo con las fuentes de los Social Media
- 8.4.2. Twitter como fuente de información
- 8.4.3. La fuente como medio de comunicación en sí mismo
  - 8.4.3.1. El caso de WikiLeaks
  - 8.4.3.2. El caso de deportistas y artistas

8.5. La ética periodística y la transparencia informativa en los social media
- 8.5.1. La ética en los social media
  - 8.5.1.1. Consideraciones generales
  - 8.5.1.2. Características del periodista en los Social Media
  - 8.5.1.3. La ética del hacker
  - 8.5.1.4. Técnicas de verificación
  - 8.5.1.5. La transparencia informativa en los Social Media

8.6. La narración de la información en plataformas sociales
- 8.6.1. El papel de las redes sociales en las narrativas transmedia
  - 8.6.1.1. Consideraciones generales
  - 8.6.1.2. Las características de las narrativas transmedia en redes sociales
  - 8.6.1.3. Ejemplo de narrativas transmedia en redes sociales
  - 8.6.1.4. Las redes sociales en la participación televisitva
    - 8.6.1.4.1. Lost: prototipo de producto transmedia
- 8.6.2. Los prosumidores mediáticos

Módulo 9. Periodismo móvil

9.1. El trabajo periodístico con móvil y tableta
- 9.1.1. Consideraciones generales

9.2. Mobile journalism (MOJO)
- 9.2.1. Introducción
- 9.2.2. Características del Mobile journalism

9.3. Herramientas y apps para la producción de contenidos periodísticos
- 9.3.1. Ejemplos de aplicaciones

9.4. Estrategias narrativas especializadas para móviles
- 9.4.1. Consideraciones generales

9.5. El consumo de información periodística por dispositivos móviles
- 9.5.1. Consideraciones generales

9.6. Aplicaciones y servicios de información periodística en el móvil
- 9.6.1. Los servicios de información móvil

Módulo 10. Nuevas formas narrativas

10.1. El storytelling digital
- 10.1.1. El rol de las formas narrativas

10.2. Los mecanismos participativos en la elaboración de relatos periodísticos

10.3. Contenidos multiplataforma

10.4. Proyectos periodísticos transmedia

10.5. Periodismo inmersivo y ubícuo
- 10.5.1. Principios del diseño de experiencias informativas inmersivas
- 10.5.2. Realidad virtual
- 10.5.3. Principios del diseño de experiencias informativas mixtas
- 10.5.4. Realidad aumentada

Módulo 11. Herramientas y recursos digitales

11.1. El marco tecnológico actual del periodismo
- 11.1.1. Posibilidades comunicativas
- 11.1.2. Ejemplos de aplicabilidad

11.2. Herramientas para periodistas digitales
- 11.2.1. Recursos online para la producción y edición de contenidos informativos
- 11.2.2. Herramientas de organización para periodistas
- 11.2.3. Herramientas tecnológicas para la difusión de la información

Módulo 12. Dirección de proyectos de comunicación digital

12.1. La gestión de proyectos: conceptos básicos
- 12.1.1. Componentes de la gestión de proyectos: las áreas de conocimiento
- 12.1.2. El coste humano de la gestión de proyectos
- 12.1.3. Habilidades directivas

12.2. Proyectos de comunicación digital
- 12.2.1. Iniciación del proyecto y trabajos previos
- 12.2.2. Planificación y ejecución del proyecto
- 12.2.3. Seguimiento, control y cierre del proyecto

Módulo 13. Periodismo de datos

13.1. Fuentes de información
- 13.1.1. Marco regulador, licencias, condiciones de uso de los datos
- 13.1.2. Estrategias de búsqueda
- 13.1.3. Descriptores estadísticos típicos

13.2. Mecanismos de selección y filtrado de datos
- 13.2.1. Extracción de características
- 13.2.2. Resumir datos con tablas y gráficos
- 13.2.3. Interactividad

Módulo 14. Periodismo de investigación

14.1. Introducción
- 14.1.1. Qué es el periodismo de investigación
- 14.1.2. Ejemplos de grandes periodistas de investigación
- 14.1.3. Formulación de hipótesis

14.2. Valoración de los métodos
- 14.2.1. Trabajo y relación con las fuentes

14.3. Consideraciones éticas del periodismo de calidad
- 14.3.1. La ética del periodismo de investigación

14.4. Redacción de un reportaje
- 14.4.1. Cómo escribir un reportaje

14.5. Técnicas de control de calidad
- 14.5.1. Los mecanismos para el control de calidad periodística

Módulo 15. Diseño de publicaciones

15.1. Tecnología manual de la comunicación e información escrita.
- 15.1.1. Introducción.
- 15.1.2. Las formas iniciales de la escritura.
- 15.1.3. Los soportes de la escritura manual.
- 15.1.4. Niveles de representación gráfica en la primera escritura.
- 15.1.5. Clasificación general de los signos de escritura.



15.1.6. El nacimiento y desarrollo del alfabeto: la independencia del signo escrito.
15.1.7. La escritura, memoria de información.
15.1.8. Las formas de la escritura alfabética latina: observación diacrónica.
15.1.9. Las imágenes en el mundo de la escritura manual.

15.2. Sistema de impresión.
15.2.1. Introducción.
15.2.2. De la reproducción manual a la reproducción mecanizada de la escritura.
15.2.3. La imitación, denominador común de las primeras copias mecánicas de información.
15.2.4. Antecedentes de la reproducción mecanizada de la información en la Antigüedad.
15.2.5. La xilografía, el antecedente más próximo a la tecnología de Gutenberg.
15.2.6. Conocimientos y elementos tecnológicos preexistentes y necesarios para la imprenta de Gutenberg.
15.2.7. La imprenta de Gutenberg.
15.2.8. El desarrollo de las fases de composición e impresión de la información escrita.

15.3. Formas y funciones de los elementos del diseño periodístico.
15.3.1. Introducción.
15.3.2. Qué es el diseño periodístico de comunicación e información escrita.
15.3.3. Los elementos del diseño periodístico.

15.4. Las imágenes.
15.4.1. Introducción.
15.4.2. Las imágenes periodísticas.
15.4.3. La infografía: naturaleza, características, funciones y formas.
15.4.4. Los recursos gráficos no textuales ni icónicos.

15.5. El color.
15.5.1. Introducción.
15.5.2. Naturaleza, función y procesos de síntesis del color.
15.5.3. Separación de colores en artes gráficas.
15.5.4. Funciones y posibilidades expresivas del color en un medio escrito.
15.5.5. Características de colores plano.

15.6. Tipografías: identidad y uso.
15.6.1. Introducción.
15.6.2. Qué es tipografía.
15.6.3. La morfología del carácter: implicaciones semánticas.
15.6.4. Clasificaciones de los caracteres tipográficos.
15.6.5. Las funciones de la tipografía.
15.6.6. La tipografía informática.

15.7. Formatos y diseño periodístico de la información.
15.7.1. Introducción.
15.7.2. Evolución diacrónica del diseño periodístico de medios escritos.
15.7.3. El formato, primera circunstancia espacial.
15.7.4. La distribución y arquitectura del espacio de la página.
15.7.5. El diseño modular.
15.7.6. El diagrama de Gutenberg.
15.7.7. El CIV.

15.8. Diseño periodístico y comunicación. Orden y jerarquía.
15.8.1. Introducción.
15.8.2. El objetivo fundamental del diseño periodístico.
15.8.3. Criterios de distribución de la información.
15.8.4. Estructuras básicas de conformación de páginas.
15.8.5. Sistemas de equilibrio en la expresión de los significantes informativos.
15.8.6. Principios básicos aplicables en el diseño periodístico.
15.8.7. La primera página.
15.8.8. Las páginas interiores del periódico.

15.9. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación.
15.9.1. Introducción.
15.9.2. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación e información escrita inmediatamente anterior a la digitalización.
15.9.3. La digitalización, cambio de marcha en el desarrollo de la comunicación e información escrita.

15.10. La mediación digital en el periodismo actual.
15.10.1. Introducción.
15.10.2. La mediación digital en el periodismo actual.
15.10.3. La información escrita en el periodismo de edición digital.

Módulo 16. Revistas

16.1. Qué es una revista.
- 16.1.1. Introducción.
- 16.1.2. Qué es una revista. Sus especificidades y el mercado editorial.
- 16.1.3. Especificidades de la revista.
- 16.1.4. Mercado de revistas: cuestiones generales.
- 16.1.5. Grandes grupos editoriales de revistas.

16.2. El lector de revistas.
- 16.2.1. Introducción.
- 16.2.2. El lector de revistas.
- 16.2.3. Encontrar y fidelizar al lector.
- 16.2.4. El lector de revistas impresas.
- 16.2.5. El lector de revistas digitales.
- 16.2.6. Lectores y publicidad.

16.3. Creación y vida de una revista.
- 16.3.1. Introducción.
- 16.3.2. La creación de una revista.
- 16.3.3. El nombre.
- 16.3.4. El ciclo de vida de una revista.

16.4. Segmentación y especialización de las revistas.
- 16.4.1. Introducción.
- 16.4.2. Segmentación y especialización de las revistas.
- 16.4.3. Tipos de revista.
  - 16.4.3.1. Revistas culturales.
  - 16.4.3.2. Revistas del corazón.
  - 16.4.3.3. Suplementos.

16.5. Estructura y contenidos de las revistas.
- 16.5.1. Introducción.
- 16.5.2. La mancheta.
- 16.5.3. La estructura.
- 16.5.4. Los contenidos.

16.6. Nacimiento y desarrollo de las revistas en Europa y Estados Unidos.
- 16.6.1. Introducción.
- 16.6.2. Los inicios: entre el siglo XVI y el XVIII. De las relaciones a las gacetas.
- 16.6.3. El siglo XIX en Europa.
- 16.6.4. Balance del siglo XIX.

16.7. El siglo XX: la consolidación de la revista moderna
- 16.7.1. Introducción.
- 16.7.2. Las primeras décadas del siglo XX en las revistas europeas.
- 16.7.3. Estados Unidos entre los años veinte y los sesenta: el segundo boom de las revistas.
- 16.7.4. Europa tras la Segunda Guerra Mundial: las revistas a partir de los años 40.
- 16.7.5. De los años 60 en adelante: la revista renovada.

16.8. Hitos en la historia de las revistas estadounidense.
- 16.8.1. Introducción.
- 16.8.2. National Geographic, un hito en las revistas de divulgación.
- 16.8.3. Time, un hito en los semanarios de información o newsmagazines.
- 16.8.4. Reader's Digest, un hito en las revistas de revistas.
- 16.8.5. The New Yorker, un hito en las revistas de opinión y cultura.

16.9. Las revistas en Europa.
- 16.9.1. Introducción.
- 16.9.2. Difusión.
- 16.9.3. Principales revistas por países.

16.10. Las revistas en Latinoamérica.
- 16.10.1. Introducción.
- 16.10.2. Origen.
- 16.10.3. Principales revistas por países.

Módulo 17. Estructura de la comunicación

17.1. Teoría, concepto y método de la estructura de la comunicación.
- 17.1.1. Introducción.
- 17.1.2. Autonomía de la disciplina y relaciones con otras materias.
- 17.1.3. El método estructuralista.
- 17.1.4. Definición y objeto de la estructura de la comunicación.
- 17.1.5. Guía para el análisis de la estructura de la comunicación.

17.2. Nuevo Orden Internacional de la Comunicación.
- 17.2.1. Introducción.
- 17.2.2. Control del Estado: Monopolios.
- 17.2.3. Comercialización de la comunicación.
- 17.2.4. Dimensión cultural de la comunicación.

17.3. Grandes agencias informativas.
- 17.3.1. Introducción.
- 17.3.2. Qué es una agencia informativa.
- 17.3.3. Información y noticias.
- 17.3.4. Antes de Internet.
- 17.3.5. Las agencias de noticias se ven gracias a Internet.
- 17.3.6. Las grandes agencias mundiales.

17.4. La industria publicitaria y su relación con el sistema de medios.
- 17.4.1. Introducción.
- 17.4.2. Industria publicitaria.
- 17.4.3. La necesidad de la publicidad para los medios de comunicación.
- 17.4.4. La estructura de la industria publicitaria.
- 17.4.5. Los medios y su relación con la industria publicitaria.
- 17.4.6. Regulación y ética publicitaria.

17.5. Cine y mercado de la cultura y el ocio.
- 17.5.1. Introducción.
- 17.5.2. La compleja naturaleza del cine.
- 17.5.3. El origen de la industria.
- 17.5.4. Hollywood, la capital mundial del cine.

17.6. Poder político y medios de comunicación.
- 17.6.1. Introducción.
- 17.6.2. Influencia de los medios de comunicación en la formación de la sociedad.
- 17.6.3. Medios de comunicación y poder político.

17.7. Concentración de medios y políticas de comunicación.
- 17.7.1. Introducción.
- 17.7.2. La concentración de medios.
- 17.7.3. Políticas de comunicación.

17.8. Estructura de la comunicación en Latinoamérica.
- 17.8.1. Introducción.
- 17.8.2. Estructura de la comunicación en Latinoamérica.
- 17.8.3. Nuevas tendencias.

17.9. Sistema de medios en Hispanoamérica y la digitalización del periodismo.
- 17.9.1. Introducción.
- 17.9.2. Aproximación histórica.
- 17.9.3. Bipolaridad del sistema de medios hispanoamericano.
- 17.9.4. Medios hispanos en EE.UU.

17.10. Digitalización y futuro del periodismo.
- 17.10.1. Introducción.
- 17.10.2. La digitalización y la nueva estructura de medios.
- 17.10.3. La estructura de la comunicación en los países democráticos.

Módulo 18. Periodismo Digital y Redes Sociales

18.1. Los nuevos perfiles profesionales.
- 18.1.1. Introducción.
- 18.1.2. De la empresa tradicional a la empresa digital.
- 18.1.3. Los nuevos profesionales 2.0.
- 18.1.4. La era de los blogueros.

18.2. Organización de la información digital.
- 18.2.1. Introducción.
- 18.2.2. La usabilidad en el entorno digital.
- 18.2.3. Etiquetas y metadatos.
- 18.2.4. Optimización para buscadores (SEO y SEM).

18.3. Arquitectura del contenido web.
- 18.3.1. Introducción.
- 18.3.2. Estructura de la portada.
- 18.3.3. Menú.
- 18.3.4. Titular.
- 18.3.5. Cuerpo.

18.4. El blog periodístico y los wikis.
- 18.4.1. Introducción.
- 18.4.2. El blog periodístico.
- 18.4.3. Estructura de un post.
- 18.4.4. Etiquetas.
- 18.4.5. Comentarios.
- 18.4.6. Los Wikis.

18.5. Microblogging y periodismo.
- 18.5.1. Introducción.
- 18.5.2. Twitter.
- 18.5.3. Las fuentes en Twitter.

18.6. Plataformas sociales y periodismo.
- 18.6.1. Introducción.
- 18.6.2. Redes sociales y periodismo.
- 18.6.3. Integración de contenidos sociales.
- 18.6.4. Técnicas de escritura en redes sociales.

18.7. Escritura en pantalla.
- 18.7.1. Introducción.
- 18.7.2. El abecé de la lectura en pantalla.
- 18.7.3. Adaptación de texto a formato web.
- 18.7.4. El titular en contenidos digitales.

18.8. Escritura hipertextual y multimedia.
- 18.8.1. Introducción.
- 18.8.2. La hipertextualidad en la redacción digital.
- 18.8.3. Formatos multimedia.

18.9. Géneros ciber periodísticos.
- 18.9.1. Introducción.
- 18.9.2. Definición.
- 18.9.3. Géneros informativos.
- 18.9.4. Géneros interpretativos.
- 18.9.5. Géneros de opinión.

18.10. Aspectos legales en Internet.
- 18.10.1. Introducción.
- 18.10.2. Responsabilidad jurídica en Internet.
- 18.10.3. Gestión de la reputación en línea.
- 18.10.4. Compartir contenidos en Internet.

Módulo 19. Marketing de contenidos

19.1. Promoción de contenidos
- 19.1.1. Técnicas de promoción de contenidos
- 19.1.2. Canales de promoción de contenidos

19.2. Audiencias del marketing
- 19.2.1. La audiencia como aliada de la distribución
- 19.2.2. Cómo definir un perfil de audiencia

19.3. El marketing en las redes sociales
- 19.3.1. Las redes sociales en la estrategia de marketing

19.4. Perspectiva sociocultural
- 19.4.1. Teoría del procesamiento de la información
- 19.4.2. Teoría de Bruner

Módulo 20. Modelos de negocio y emprendeduría en comunicación digital

20.1. El contexto empresarial en el ámbito informativo
- 20.1.1. El sector informativo
- 20.1.2. Los actores de la comunicación social en el contexto digital

20.2. Emprendeduría
- 20.2.1. La iniciativa emprendedora y la detección de oportunidades
- 20.2.2. Financiación de la actividad emprendedora
- 20.2.3. Emprendeduría interna

20.3. Empresa informativa
- 20.3.1. Tipos de empresa informativa
- 20.3.2. Dirección y organización de medios
- 20.3.3. Planificación empresarial

20.4. Modelos de negocio en medios online
- 20.4.1. La naturaleza de los modelos de negocio
- 20.4.2. La importancia de generar valor
- 20.4.3. Tipos de modelos de negocio y su evolución

Módulo 21. Audiencias y opinión pública

21.1. Audiencias
- 21.1.1. Modelos de medición de audiencias
- 21.1.2. Audiencias participativas

21.2. Debate en torno al concepto de opinión pública

21.3. Modelos de análisis
- 21.3.1. Retos de la configuración de la opinión pública ante los medios digitales

21.4. La nueva esfera pública para los periodistas
- 21.4.1. Periodismo en una democracia más participativa
- 21.4.2. El papel del periodista en la nueva realidad digital

Módulo 22. Análisis y visualización de datos

22.1. Principios cognitivos: Información, comunicación y conocimiento
- 22.1.1. Información
- 22.1.2. Comunicación
- 22.1.3. Conocimiento

22.2. Técnicas y metodologías de análisis de la información: casos prácticos
- 22.2.1. Definición y Clasificación

22.3. Estadística descriptiva y multivariante
- 22.3.2. Clases y características.

22.4. Introducción a la infografía y a la visualización de la información

22.5. Tecnologías para la visualización de la información
- 22.5.1. Clasificación

22.6. Casos prácticos en el ámbito periodístico
- 22.6.1. Casos

Módulo 23. Laboratorio de producción audiovisual y transmedia

23.1. Las Narrativas transmedia
- 23.1.1. La aplicación de las narrativas transmedia en el ámbito periodístico
- 23.1.3. La Narrativa transmedia en la cultura popular

23.2. Desarrollo de un proyecto transmedia
- 23.2.1. El proyecto transmedia

23.3. Experimentación con herramientas de implementación de proyectos transmedia: realización de un prototipo

Módulo 24. Técnicas avanzadas de análisis y visualización de datos

24.1. Técnicas y principios de análisis
- 24.1.1. Principios cognitivos: Información, comunicación y conocimiento

24.2. Análisis de la información en sistemas complejos

24.3. Visualización interactiva en web y dispositivos móviles
- 24.3.1. Minería de datos: aplicaciones en el ámbito del periodismo

24.4. Aplicaciones en el ámbito del periodismo
- 24.4.1. Casos de estudio

06

Titulación

El Grand Master en Periodismo Multimedia y Comunicación Digital garantiza, además de la especialización más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH - Universidad Tecnológica.





Este título de Grand Master en Periodismo Multimedia y Comunicación Digital es el mayor compendio de conocimientos del sector: Una titulación que será un valor añadido de alta cualificación para cualquier profesional de esta área"

Este **Grand Master en Periodismo Multimedia y Comunicación Digital** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente título emitido por **TECH - Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Grand Master en Periodismo Multimedia y Comunicación Digital**

Nº Horas Oficiales: **3.000**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

GRAND MASTER

en

Periodismo Multimedia y Comunicación Digital

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 3.000 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


Grand Master en Periodismo Multimedia y Comunicación Digital

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Teoría de la comunicación social	125	OB
1º	Teoría del periodismo	125	OB
1º	Comunicación visual	125	OB
1º	Comunicación escrita	125	OB
1º	Periodismo escrito I	125	OB
1º	Periodismo escrito II	125	OB
1º	Comunicación digital y sociedad	125	OB
1º	Periodismo y social media	125	OB
1º	Periodismo móvil	125	OB
1º	Nuevas formas narrativas	125	OB
1º	Herramientas y recursos digitales	125	OB
1º	Dirección de proyectos de comunicación digital	125	OB

Curso	Materia	Horas	Carácter
2º	Periodismo de datos	125	OB
2º	Periodismo de investigación	125	OB
2º	Diseño de publicaciones	125	OB
2º	Revistas	125	OB
2º	Estructura de la comunicación	125	OB
2º	Periodismo Digital y Redes Sociales	125	OB
2º	Marketing de contenidos	125	OB
2º	Modelos de negocio y emprendeduría en comunicación digital	125	OB
2º	Audiencias y opinión pública	125	OB
2º	Análisis y visualización de datos	125	OB
2º	Laboratorio de producción audiovisual y transmedia	125	OB
2º	Técnicas avanzadas de análisis y visualización de datos	125	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

salud
personas
enseñanza
comunidad
innovación
conocimiento
instituciones



tech universidad tecnológica

Grand Master
Periodismo Multimedia y Comunicación Digital

Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**

Grand Master

Periodismo Multimedia y Comunicación Digital



tech universidad tecnológica