Maestría

Investigación en Ciencias de la Comunicación

Nº de RVOE: 20210628

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Maestría
Investigación en Ciencias de la Comunicación

Nº de RVOE: **20210628**

Fecha de RVOE: **02/12/2019**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **21 meses**

Acceso web: **www.techtitute.com/mx/periodismo-comunicacion/maestria/maestria-investigacion-ciencias-comunicacion**

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Plan de Estudios
pág. 8

03
Objetivos
pág. 20

04
Competencias
pág. 24

05
¿Por qué nuestro programa?
pág. 28

06
Salidas profesionales
pág. 32

07
Idiomas gratuitos
pág. 36

08
Metodología
pág. 40

09
Dirección del curso
pág. 48

10
Requisitos de acceso y proceso de admisión
pág. 52

11
Titulación
pág. 56

01

Presentación

En el área de investigación en comunicación, una de las principales dificultades con las que se encuentran los profesionales es la falta de capacitación específica en este campo, lo que le lleva a realizar trabajos de menor calidad. En este sentido, los modelos de investigación tradicional sustentados en soportes clásicos, como televisión y cine han sido completados con las variantes de las nuevas formas de consumo y comunicación. Por eso, esta Maestría pondrá el foco en dotar al alumno de conocimientos profundos sobre las diferentes fases que hay que cubrir para generar un proyecto de investigación factible y sólido. El alumno aprenderá, por tanto, a discriminar el enfoque correcto dependiendo de los propósitos perseguidos en el proyecto, a discernir entre las herramientas adecuadas para la recogida de la información y a su difusión final.





La comunicación evoluciona a pasos agigantados. Por ende, los métodos de investigación en este campo también deben hacerlo"

La investigación, en ciencias de la comunicación, tiene sus propios protocolos. Aprender a discriminar el enfoque correcto dependiendo de los propósitos perseguidos en el proyecto y reconocer y dominar las herramientas adecuadas para su desarrollo no es tan sencillo: la velocidad de la evolución tecnológica, por una parte, obliga al profesional a estar en constante contacto con la innovación; y por otra, el cambio en el perfil del consumidor y de su actitud receptora y sus expectativas hacen que el propio mensaje y su realidad sean ahora mismo, cambiantes y diferentes según las diversas variables.

En esta Maestría, se desarrollará de forma metódica todos los aspectos de esta forma de trabajo. Los modos de hacer investigación tradicional en soportes ya sedimentados como la Televisión

y el Cine serán abordados con un añadido novedoso y pujante: la televisión en su formato a la carta. Se estudiarán las variantes del modelo de comunicación y sus representaciones más exitosas para comprender los nuevos códigos de comunicación y formas de consumo.

Por otro lado, en la llamada era de la información, sin embargo, sin competencias digitales, de pensamiento crítico y gestión de la información debidamente desarrolladas, nos movemos entre verdades ambiguas, especulaciones y opiniones sin fundamento que repetimos sin profunda verificación. Por ello, esta Maestría abordará los algoritmos básicos que nos protegen del denominado fenómeno del Fake news.

Aprende a realizar una profunda investigación en comunicación que incluya todo lo relativo a los nuevos medios digitales con esta completa Maestría”





Así mismo, cuando se estudia la comunicación, es vital identificar la evolución que experimentan los medios y los códigos usados en cada uno. Facebook, Instagram, Twiter, Youtube se desarrollan como los nuevos espacios donde interactúa la sociedad.

Hoy, como siempre aquella investigación que no se visibiliza en los escenarios adecuados no existe. Por ello, es imprescindible el conocimiento de los mecanismos y escenarios adecuados y disponibles para la difusión de la investigación en comunicación. Congresos, Seminarios, Convocatorias, Revistas, Proyectos financiados, etc.

Como elemento novedoso se añaden las competencias de liderazgo reflexivo, con estrategias a seguir para identificar oportunidades de cambio, de acción y de mostrar lo realizado. Por todo lo anterior, tras finalizar la Maestría, el docente tendrá una oportunidad extraordinaria para incorporarse al mercado profesional ostentando competencias efectivas para posicionarse a la vanguardia del sector.

TECH brinda la oportunidad de obtener la Maestría en Investigación en Ciencias de la Comunicación en un formato 100% en línea, con titulación directa y un programa diseñado para aprovechar cada tarea en la adquisición de competencias para desempeñar un papel relevante en la empresa. Pero, además, con este programa, el estudiante tendrá acceso al estudio de idiomas extranjeros y formación continuada de modo que pueda potenciar su etapa de estudio y logre una ventaja competitiva con los egresados de otras universidades menos orientadas al mercado laboral.

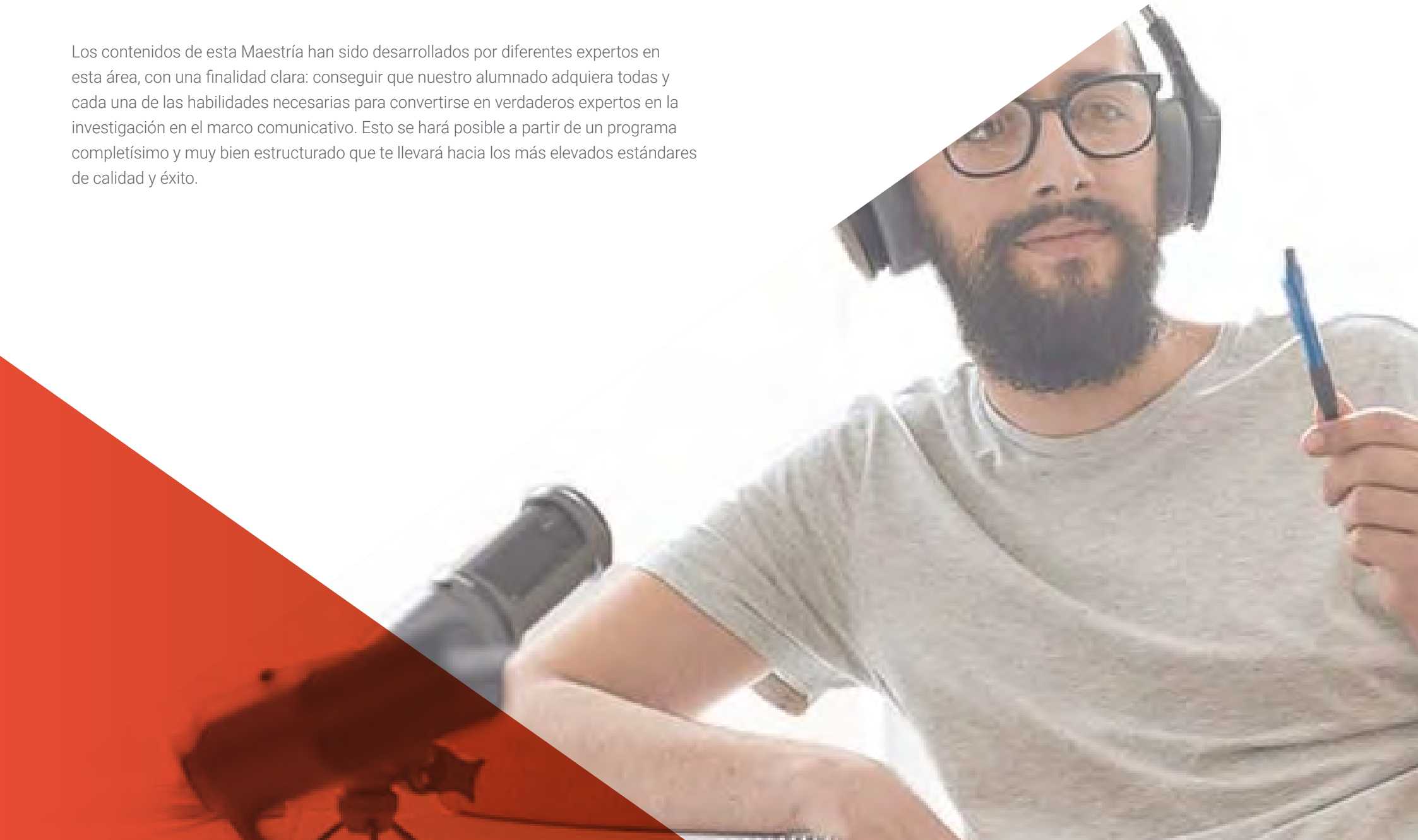
Un camino creado para conseguir un cambio positivo a nivel profesional, relacionándose con los mejores y formando parte de la nueva generación de futuros comunicadores capaces de desarrollar su labor en cualquier lugar del mundo.

“No encontrarás una Maestría tan completa como esta. Créenos”

02

Plan de Estudios

Los contenidos de esta Maestría han sido desarrollados por diferentes expertos en esta área, con una finalidad clara: conseguir que nuestro alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en la investigación en el marco comunicativo. Esto se hará posible a partir de un programa completísimo y muy bien estructurado que te llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.





Si quieres avanzar en tu profesión y convertirte en un investigador de referencia, esta Maestría es sin duda para ti"

El programa de la Maestría se imparte en formato 100% en línea, para que el estudiante pueda elegir el momento y el lugar que mejor se adapte a la disponibilidad, horarios e intereses. Este programa, que se desarrolla a lo largo de 21 meses, pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para el éxito profesional.

Durante los 10 módulos del programa, el estudiante analizará multitud de casos prácticos mediante los escenarios simulados planteados en cada uno de ellos. Ese planteamiento práctico se completará con actividades y ejercicios, acceso a material complementario, vídeos in focus, videos de apoyo, clases magistrales y presentaciones multimedia, para hacer sencillo lo más complejo y establecer una dinámica de trabajo que permita al estudiante la correcta adquisición de competencias.

Módulo 1	Perspectivas y paradigmas en metodología de la investigación
Módulo 2	Investigación aplicada al cine, la televisión y nuevos medios
Módulo 3	Ética y toma de decisiones para comunicadores
Módulo 4	El poder de la opinión y la crisis de la comunicación
Módulo 5	Entornos digitales y el proceso de la comunicación
Módulo 6	Tendencias en investigación en comunicación
Módulo 7	Soportes actuales de la comunicación
Módulo 8	La investigación y su difusión
Módulo 9	Liderazgo reflexivo en comunicación
Módulo 10	Proyecto final

En un mundo laboral competitivo, la especialización es la única arma al servicio del profesional para revalorizar su perfil"



Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría se ofrece 100% en línea, por lo que alumno podrá cursarla desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su smartphone.

Además, podrá acceder a los contenidos tanto online como offline. Para hacerlo offline bastará con descargarse los contenidos de los temas elegidos, en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a internet.

El alumno podrá cursar la Maestría a través de sus 10 módulos, de forma autodirigida y asincrónica. Adaptamos el formato y la metodología para aprovechar al máximo el tiempo y lograr un aprendizaje a medida de las necesidades del alumno.

Si quieres posicionarte como un comunicador de primera, no dudes en cursar esta especialización. Es la mejor del mercado”

Módulo 1. Perspectivas y paradigmas en metodología de la investigación

1.1. ¿Qué es la investigación?
- 1.1.1. Concepto
- 1.1.2. Características
- 1.1.3. Tipos
- 1.1.4. Diferencias

1.2. Fases de una investigación científica
- 1.2.1. Concepto
- 1.2.2. Procesos implicados en cada una
- 1.2.3. Herramientas de cada fase
- 1.2.4. Análisis de ejemplos

1.3. Paradigmas de Investigación
- 1.3.1. Positivista
- 1.3.2. Constructivista
- 1.3.3. Socio-crítico
- 1.3.4. Interpretativo

1.4. Investigación Cualitativa
- 1.4.1. Concepto
- 1.4.2. Características
- 1.4.3. Herramientas e instrumentos
- 1.4.4. Diferencias con otros enfoques

1.5. Investigación Cuantitativa
- 1.5.1. Concepto
- 1.5.2. Características
- 1.5.3. Herramientas e instrumentos
- 1.5.4. Explicación y causalidad

1.6. La encuesta
- 1.6.1. Concepto
- 1.6.2. Características
- 1.6.3. Tipos
- 1.6.4. Construcción de instrumentos

1.7. El Cuestionario
- 1.7.1. Concepto
- 1.7.2. Características
- 1.7.3. Tipos
- 1.7.4. Construcción de instrumentos

1.8. Elaboración de Instrumentos
- 1.8.1. Dimensiones
- 1.8.2. Indicadores
- 1.8.3. Componentes Básicos
- 1.8.4. Validación

1.9. Entrevista en profundidad
- 1.9.1. Concepto
- 1.9.2. Características
- 1.9.3. Tipos
- 1.9.4. Construcción de instrumentos

1.10. Grupos focalizados
- 1.10.1. Definición
- 1.10.2. Guion de preguntas
- 1.10.3. Tipos
- 1.10.4. Diseño

Módulo 2. Investigación aplicada al cine, la televisión y nuevos medios

2.1. La investigación audiovisual
- 2.1.1. Observación
- 2.1.2. Etnografía
- 2.1.3. Lenguaje audiovisual

2.2. Líneas de investigación
- 2.2.1. Estética y Representaciones sociales
- 2.2.2. Realidad y Ficción
- 2.2.3. Gestión Cultural Audiovisual
- 2.2.4. Expresiones culturales y diversidad

2.3. Narrativa Transmedia
- 2.3.1. Concepto
- 2.3.2. Características
- 2.3.3. Principios Básicos
- 2.3.4. Desafíos de la Narrativa Transmedia

2.4. Nuevas formas de consumo de información
- 2.4.1. Tecnologías Conscientes
- 2.4.2. Las aplicaciones “espía”
- 2.4.3. Identidad digital
- 2.4.4. Internet de las cosas

2.5. Teorías de la comunicación transmedia
- 2.5.1. Origen
- 2.5.2. Marca
- 2.5.3. Promoción comercial
- 2.5.4. Narrativa

2.6. Cambio cultural y nuevos medios
- 2.6.1. Cambio Cultural/Cambio mediático
- 2.6.2. Portales, Buscadores y Directorios
- 2.6.3. Medios de Participación
- 2.6.4. Contra-cultura y cultura digital

2.7. Audiencias. Cambios en los modelos de consumo
- 2.7.1. Descripción
- 2.7.2. Clasificación
- 2.7.3. El consumo informativo
- 2.7.4. Análisis del consumo informativo

2.8. Mediamorfosis
- 2.8.1. ¿Cómo cambia la industria?
- 2.8.2. Evolución-Involución
- 2.8.3. 1er, 2da y 3era Mediamorfosis
- 2.8.4. La inmediatez de lo mediático

2.9. Análisis comparativo en los Mass Media
- 2.9.1. Interacción
- 2.9.2. Utilidad
- 2.9.3. Soportes
- 2.9.4. Público receptor

2.10. Tecnología y cambio social
- 2.10.1. Conceptos
- 2.10.2. Características
- 2.10.3. De Gutenberg a Facebook
- 2.10.4. Determinismo Tecnológico

Módulo 3. Ética y toma de decisiones para comunicadores

3.1. La ética
- 3.1.1. Concepto
- 3.1.2. Objeto de la ética
- 3.1.3. Valor de la ética
- 3.1.4. Ética y Moral

3.2. La ética del comunicador
- 3.2.1. Las responsabilidades profesionales
- 3.2.2. La veracidad
- 3.2.3. La objetividad
- 3.2.4. El secreto profesional y el respeto a la intimidad

3.3. Toma de decisiones
- 3.3.1. Concepto
- 3.3.2. Procesos involucrados
- 3.3.3. Tipos de decisiones
- 3.3.4. Requisitos de la toma de decisiones

3.4. Dilemas éticos de la comunicación contemporánea
- 3.4.1. Acoso cibernético
- 3.4.2. Límites de información
- 3.4.3. Plagio
- 3.4.4. Minorías y discriminación

3.5. Riesgos y oportunidades del razonamiento ético
- 3.5.1. Origen
- 3.5.2. Consecuencias
- 3.5.3. Principales escenarios
- 3.5.4. Análisis de casos

3.6. La argumentación y la ética
- 3.6.1. Concepto
- 3.6.2. Características
- 3.6.3. Elementos de la argumentación
- 3.6.4. Estrategias de Argumentación

3.7. Micro comunicación y ética
- 3.7.1. Origen
- 3.7.2. Consecuencias
- 3.7.3. Principales escenarios
- 3.7.4. Análisis de casos

3.8. Los involucrados de la comunicación
- 3.8.1. Concepto
- 3.8.2. Stakeholders primaries
- 3.8.3. Stakeholders secundarios
- 3.8.4. Teoría de Stakeholders

3.9. Integración de la ética en la toma de decisiones
- 3.9.1. Normas y principios en la toma de decisiones
- 3.9.2. Proceso de toma de decisiones
- 3.9.3. Factores que influyen en la toma de decisiones
- 3.9.4. Criterios de las decisiones éticas

3.10. Retos de la ética contemporánea
- 3.10.1. La ética y la diversidad
- 3.10.2. La ética y la libertad humana
- 3.10.3. La ética y los valores
- 3.10.4. La ética, el fin y los medios

Módulo 4. El poder de la opinión y la crisis de la comunicación

4.1. Concepto de Opinión
- 4.1.1. Elementos
- 4.1.2. Conceptos relacionados
- 4.1.3. Opinión y tendencias
- 4.1.4. Análisis de una opinión

4.2. Opinión Vs Especulación
- 4.2.1. Elementos
- 4.2.2. Conceptos relacionados
- 4.2.3. Opinión y tendencias
- 4.2.4. Análisis de casos

4.3. Bases de la Opinión
- 4.3.1. Bases Psicológicas de la Opinión
- 4.3.2. ¿Cómo se forma la opinión?
- 4.3.3. Ejemplos de Opinión
- 4.3.4. Marco Normativo de la Opinión

4.4. Discurso en comunicación
- 4.4.1. Concepto
- 4.4.2. Elementos del Discurso
- 4.4.3. Discurso y medios
- 4.4.4. El Discurso y el contexto

4.5. Opinión y minorías
- 4.5.1. Concepto
- 4.5.2. Manejo político de la opinión
- 4.5.3. Opinión y Género
- 4.5.4. Opinión y Opinión Pública

4.6. Verdad y Pos-verdad
- 4.6.1. Conceptos
- 4.6.2. Características
- 4.6.3. Contexto en el que surge la pos verdad
- 4.6.4. Pos-verdad e ideología

4.7. Crisis de la Comunicación
- 4.7.1. Concepto
- 4.7.2. Causas
- 4.7.3. Consecuencias
- 4.7.4. ¿Cómo enfrentarla?

4.8. ¿Democracia del Conocimiento o estandarización de la ignorancia?
- 4.8.1. Conceptos básicos
- 4.8.2. Espacios para el conocimiento
- 4.8.3. Niveles de conocimiento en la sociedad contemporánea
- 4.8.4. Compromisos a asumir

4.9. Reacción y acción ante la crisis de la comunicación
- 4.9.1. Acciones proactivas
- 4.9.2. Acciones reactivas
- 4.9.3. Autoridades y referentes
- 4.9.4. Conceptos

4.10. Autoridades y referentes
- 4.10.1. Características
- 4.10.2. Criterios de valoración

Módulo 5. Entornos digitales y el proceso de la comunicación

5.1. Entornos digitales y la nueva arquitectura de la información
- 5.1.1. Conceptos Básicos
- 5.1.2. Características
- 5.1.3. Recursos
- 5.1.4. Importancia de los entornos digitales

5.2. Oportunidades de comunicación en los entornos digitales
- 5.2.1. Ventajas
- 5.2.2. Desventajas
- 5.2.3. Uso de los entornos
- 5.2.4. La web 2.0

5.3. La calidad en los soportes
- 5.3.1. Características
- 5.3.2. Contexto de cada soporte
- 5.3.3. Uso del lenguaje
- 5.3.4. Estructura de cada soporte

5.4. Los rankings en los entornos digitales
- 5.4.1. Mapa de producto
- 5.4.2. Organizaciones supervisoras
- 5.4.3. Criterios de Evaluación
- 5.4.4. Estándares de calidad

5.5. Marco legal. Limitaciones
- 5.5.1. Código de Conducta
- 5.5.2. Propiedad intelectual
- 5.5.3. Ley de Protección de datos
- 5.5.4. Estudio de casos

5.6. Calidad de contenidos
- 5.6.1. Concepto
- 5.6.2. Características
- 5.6.3. Estrategias
- 5.6.4. Generación de contenido de calidad

5.7. Algoritmos de Google. Funcionamiento y características
- 5.7.1. Pingüino
- 5.7.2. Panda
- 5.7.3. Paloma
- 5.7.4. Colibrí

5.8. Ciclo de vida de las producciones en entornos digitales
- 5.8.1. Soportes de vigencia temporal
- 5.8.2. Identificando el ciclo
- 5.8.3. La ecología cultural
- 5.8.4. La ubicuidad de la información

5.9. Modelos de negocio en entornos digitales
- 5.9.1. Modelos existentes
- 5.9.2. Características del entorno
- 5.9.3. Propuestas de valor
- 5.9.4. Estrategias efectivas

5.10. Casos de éxito
- 5.10.1. Objetivos
- 5.10.2. Introducción
- 5.10.3. Asociaciones y Portales de interés en el campo de la orientación
- 5.10.4. Bitácoras
- 5.10.5. Wikis
- 5.10.6. Redes sociales de profesionales o instituciones de orientación académico-laboral
- 5.10.7. Grupos de Facebook
- 5.10.8. Apps asociadas al campo de la orientación
- 5.10.9. Hashtags interesantes
- 5.10.10. Otros recursos TIC
- 5.10.11. Entornos personales de aprendizaje en orientación; el orienta PLE 5

Módulo 6. Tendencias en investigación en comunicación

6.1. La Comunicación en el siglo XXI
- 6.1.1. Contexto
- 6.1.2. Características
- 6.1.3. Retos de la comunicación en el siglo XXI
- 6.1.4. Amenazas de la comunicación en el siglo XXI

6.2. Tendencias generales
- 6.2.1. Contenido rápido para usuarios rápidos
- 6.2.2. La movilidad: el nuevo espacio de interacción
- 6.2.3. Las Aplicaciones como soporte
- 6.2.4. Podcast: una alternativa para comunicar

6.3. Retrospectiva histórica de la investigación en comunicación
- 6.3.1. Orígenes
- 6.3.2. Representantes
- 6.3.3. Escuelas y tendencias
- 6.3.4. Aportes

6.4. Nuevos temas. Nuevas teorías
- 6.4.1. Teorías Normativas
- 6.4.2. Clasificaciones
- 6.4.3. Teoría Autoritaria
- 6.4.4. La teoría liberal

6.5. La investigación en comunicación en Mapas
- 6.5.1. Clasificación por Líneas de investigación
- 6.5.2. Representantes por países
- 6.5.3. Principales grupos
- 6.5.4. Principales productos

6.6. Lo último en investigación en Publicidad
- 6.6.1. Investigación Socioeconómica y Temas relacionados
- 6.6.2. Investigación del mensaje
- 6.6.3. Investigación de Medios y Audiencias
- 6.6.4. Comparación

6.7. Lo último en investigación en Medios Informativos
- 6.7.1. Las audiencias como tópico
- 6.7.2. Las agencias de publicidad
- 6.7.3. Las agencias de medios
- 6.7.4. Consultores y asesores

6.8. Lo último en investigación en relaciones públicas
- 6.8.1. Las organizaciones y la comunicación
- 6.8.2. La investigación introspectiva
- 6.8.3. La investigación aplicada
- 6.8.4. Investigación Estratégica

6.9. Referentes en investigación. Actores
- 6.9.1. ¿Quiénes son?
- 6.9.2. ¿Dónde están?
- 6.9.3. ¿Qué hacen?
- 6.9.4. ¿Cuáles son sus aportes?

6.10. Referentes en investigación. Proyectos
- 6.10.1. ¿Quiénes son?
- 6.10.2. ¿Dónde están?
- 6.10.3. ¿Qué hacen?
- 6.10.4. ¿Cuáles son sus aportes?

Módulo 7. Soportes actuales de la comunicación

7.1. Facebook
- 7.1.1. Origen
- 7.1.2. Características
- 7.1.3. Uso del lenguaje
- 7.1.4. Estructura

7.2. Arquitectura de la Información para Facebook
- 7.2.1. Lenguaje
- 7.2.2. Códigos
- 7.2.3. Imágenes
- 7.2.4. Jerarquía de Contenido

7.3. Instagram
- 7.3.1. Origen
- 7.3.2. Características
- 7.3.3. Uso del lenguaje
- 7.3.4. Estructura

7.4. Arquitectura de la Información para Instagram
- 7.4.1. Lenguaje
- 7.4.2. Códigos
- 7.4.3. Imágenes
- 7.4.4. Jerarquía de Contenido

7.5. Twitter
- 7.5.1. Origen
- 7.5.2. Características
- 7.5.3. Uso del lenguaje
- 7.5.4. Estructura

7.6. Arquitectura de la Información para Twitter
- 7.6.1. Lenguaje
- 7.6.2. Códigos
- 7.6.3. Imágenes
- 7.6.4. Jerarquía de Contenido

7.7. Youtube
- 7.7.1. Origen
- 7.7.2. Características
- 7.7.3. Uso del lenguaje
- 7.7.4. Estructura

7.8. Arquitectura de la Información para Youtube
- 7.8.1. Lenguaje
- 7.8.2. Códigos
- 7.8.3. Imágenes
- 7.8.4. Jerarquía de Contenido

7.9. Linkedin
- 7.9.1. Origen
- 7.9.2. Características
- 7.9.3. Uso del lenguaje
- 7.9.4. Estructura

7.10. Arquitectura de la Información para LinkedIn
- 7.10.1. Lenguaje
- 7.10.2. Códigos
- 7.10.3. Imágenes
- 7.10.4. Jerarquía de Contenido

Módulo 8. La investigación y su difusión

8.1. Las publicaciones científicas
- 8.1.1. Concepto
- 8.1.2. Tipos
- 8.1.3. Clasificación
- 8.1.4. Criterios de selección

8.2. Referentes actuales en publicaciones en comunicación
- 8.2.1. Índices
- 8.2.2. Criterios de selección

8.3. La investigación científica en comunicación y su impacto en el escenario internacional
- 8.3.1. Principales escenarios para la investigación
- 8.3.2. Características
- 8.3.3. Condiciones exigidas
- 8.3.4. Importancia de la proyección en esos escenarios

8.4. Técnicas y estrategias de Redacción. ¿Cómo escribir artículos científicos?
- 8.4.1. Estructura
- 8.4.2. Secciones y Apartados
- 8.4.3. Lenguaje académico
- 8.4.4. Estrategias de redacción

8.5. ¿Cómo visibilizar y difundir los resultados de nuestra investigación?
- 8.5.1. Escenarios
- 8.5.2. Estrategias de difusión
- 8.5.3. Revistas de investigación
- 8.5.4. Eventos adecuados para la difusión de la investigación

8.6. Publicaciones en Inglés
- 8.6.1. Conceptos
- 8.6.2. Características
- 8.6.3. Diferencias con publicaciones no anglosajonas
- 8.6.4. ¿Cómo escribir para publicar en Revistas en Inglés?

8.7. Congresos, Seminarios y escenarios de difusión
- 8.7.1. Conceptos
- 8.7.2. Tipos
- 8.7.3. Congresos Depredadores
- 8.7.4. ¿Cómo escoger el congreso/seminario adecuado?

8.8. La Investigación y las O. N. G. Fundaciones, Agencias y opciones de financiamiento
- 8.8.1. Los proyectos de Investigación como plataforma
- 8.8.2. Convocatorias por líneas de investigación
- 8.8.3. Financiamiento y difusión: 2 pájaros de un sólo tiro
- 8.8.4. Principales agencias y su funcionamiento

8.9. Argumentar para convencer en investigaciones científicas
- 8.9.1. ¿Qué es la Argumentación?
- 8.9.2. Escribir y argumentar para publicar
- 8.9.3. Validez y Pertinencia en la argumentación
- 8.9.4. Fisionomía de un artículo de investigación científica

8.10. El artículo de investigación. Estructura y variantes
- 8.10.1. Conceptos
- 8.10.2. Estructura
- 8.10.3. Lenguaje
- 8.10.4. Análisis de ejemplos

Módulo 9. Liderazgo reflexivo en comunicación

9.1. El líder Reflexivo en comunicación
- 9.1.1. Conceptos
- 9.1.2. Características
- 9.1.3. Funciones
- 9.1.4. Importancia

9.2. El líder Reflexivo en investigación
- 9.2.1. Conceptos
- 9.2.2. Características
- 9.2.3. Funciones
- 9.2.4. Importancia

9.3. El liderazgo Reflexivo como competencia
- 9.3.1. Definición
- 9.3.2. Importancia
- 9.3.3. Niveles de Dominio
- 9.3.4. Indicadores de desempeño

9.4. Manejo de equipos de investigación
- 9.4.1. Estrategias
- 9.4.2. Modelo de organización
- 9.4.3. Negociar dentro de un grupo
- 9.4.4. Criterios de evaluación

9.5. El trabajo en equipo como competencia
- 9.5.1. Definición
- 9.5.2. Importancia
- 9.5.3. Niveles de Dominio
- 9.5.4. Indicadores de desempeño

9.6. Ideas y Estrategias para el liderazgo Reflexivo
- 9.6.1. Concepto de Líder
- 9.6.2. Concepto de Líder reflexivo
- 9.6.3. Características
- 9.6.4. Estrategias del Líder reflexivo

9.7. Herramientas para el diagnóstico de problemas
- 9.7.1. Diagnóstico
- 9.7.2. Valoración del contexto
- 9.7.3. Mecanismos de diagnóstico
- 9.7.4. Importancia de un buen diagnóstico

9.8. Herramientas para la resolución de problemas
- 9.8.1. Concepto
- 9.8.2. Características
- 9.8.3. Herramientas
- 9.8.4. Importancia de la resolución de problemas como competencia

9.9. Resiliencia en la resolución de problemas
- 9.9.1. Concepto
- 9.9.2. Características
- 9.9.3. Herramientas
- 9.9.4. Importancia de la resolución de problemas como competencia
- 9.9.5. El líder Reflexivo como coach

9.10. El líder Reflexivo como Entrenador
- 9.10.1. Características
- 9.10.2. Importancia
- 9.10.3. Principales herramientas de un coach

Módulo 10. Proyecto final

10.1. El diseño de una investigación
- 10.1.1. Concepto
- 10.1.2. Elementos del diseño
- 10.1.3. Tipos de diseño
- 10.1.4. Análisis de ejemplos

10.2. Planteamiento del Problema
- 10.2.1. Concepto
- 10.2.2. Elementos del planteamiento del problema
- 10.2.3. Tipos de diseño
- 10.2.4. Análisis de ejemplos

10.3. Selección del paradigma de investigación
- 10.3.1. Concepto de paradigma de investigación
- 10.3.2. Tipos
- 10.3.3. Herramientas de cada uno
- 10.3.4. Criterios de selección

10.4. Los Objetivos de la Investigación
- 10.4.1. Concepto de objetivos
- 10.4.2. Tipos de objetivos
- 10.4.3. Redacción de objetivos
- 10.4.4. Análisis de ejemplos

10.5. Metodología
- 10.5.1. Concepto de metodología
- 10.5.2. Tipos de metodología
- 10.5.3. Criterios de selección
- 10.5.4. Análisis de ejemplos

10.6. Instrumentos
- 10.6.1. Conceptos
- 10.6.2. Instrumentos de cada paradigma
- 10.6.3. Características
- 10.6.4. Criterios de selección según objetivos y paradigma de investigación

10.7. Marco referencial y Teórico
- 10.7.1. Concepto de Marco referencial
- 10.7.2. Concepto de Marco teórico
- 10.7.3. Diferencias
- 10.7.4. Elementos primordiales

10.8. El Contexto de la investigación
- 10.8.1. Concepto
- 10.8.2. Identificación de sus elementos fundamentales
- 10.8.3. Importancia de su interpretación
- 10.8.4. Análisis de ejemplos

10.9. Los resultados
- 10.9.1. Concepto
- 10.9.2. Redacción
- 10.9.3. Jerarquía de los resultados
- 10.9.4. Análisis de ejemplos

Conviértete en un profesional de referencia en el área de la investigación en comunicación con esta Maestría con RVOE"

03
Objetivos

El objetivo primordial que persigue este programa es el de capacitar profesionales altamente cualificados para el desarrollo de su actividad 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 fin se materializa en conseguir ayudar a los profesionales de la comunicación a acceder a un nivel de competencia y control mucho mayor, orientándolo así, hacia el éxito profesional.





Si tu objetivo es crecer en el área de la investigación en comunicación, entonces este programa es sin duda para ti”

Objetivos generales

- Plantear un problema de investigación
- Elaborar de un marco contextual
- Construir y validar modelos
- Crear y validar instrumentos de recolección de datos
- Dominar las técnicas de análisis de datos
- Estructurar un documento científico
- Dominar la escritura científica
- Tener la capacidad para participar en un encuentro científico y visibilizar resultados
- Desarrollar la gestión de la información, el pensamiento crítico y la solución de problemas

Siéntete orgulloso de formar parte del selecto grupo de alumnos egresados de TECH”



Objetivos específicos

Módulo 1. Perspectivas y paradigmas en metodología de la investigación

- Comprender el concepto de investigación, sus fases y clasificaciones, será capaz de explicar los paradigmas que existen alrededor de ella y determinar los principales tipos de investigación que se pueden utilizar en ciencias de la comunicación de acuerdo a los fines perseguidos

Módulo 2. Investigación aplicada al cine, la televisión y nuevos medios

- Conocer las distintas maneras en que actualmente se aplica la investigación en comunicación, así como las líneas que pueden seguirse, será capaz de explicar y utilizar conceptos como transmedia y mediamorfosis y entender la importancia de la medición de audiencias y consumo

Módulo 3. Ética y toma de decisiones para comunicadores

- Entender los dilemas que enfrenta la conducta ética en la comunicación contemporánea, comprenderá la importancia de conducirse con objetividad y apego a la verdad, siendo capaz de crear estrategias para la toma de decisiones que consideren y protejan esos preceptos éticos

Módulo 4. El poder de la opinión y la crisis de la comunicación

- Analizar el concepto de opinión y su relación con la especulación y el manejo discursivo, entenderá cómo estos elementos infieren en el desarrollo de la llamada posverdad y derivan en una crisis de la comunicación

Módulo 5. Entornos digitales y el proceso de la comunicación

- Entender el proceso comunicativo en los entornos digitales actuales, entendiendo las oportunidades que ofrecen, sus características y estructura básica. Podrá diferenciar el contenido de calidad en entornos digitales y conocerá el marco legal que lo regula

Módulo 6. Tendencias en investigación en comunicación

- Analizar las características y tendencias de la comunicación actual, así como los temas y teorías que han surgido como forma de explicar las interrogantes que plantea. De igual forma, identificará los investigadores e investigaciones más relevantes en temas comunicativos y sus aplicaciones en relaciones públicas, publicidad y medios de información

Módulo 7. Soportes actuales de la comunicación

- Entender el surgimiento y los usos de las distintas plataformas de comunicación utilizadas en la actualidad, así como las estrategias para estructurar la información en cada caso para lograr el mayor impacto

Módulo 8. La investigación y su difusión

- Conocer diversas estrategias que le permitan que su(s) investigación(es) se visibilicen y generen el mayor impacto posible, identificará las publicaciones científicas en el área, las técnicas de redacción que deben seguirse para cumplir con los lineamientos y las formas de estructurar y argumentar para logra un mayor impacto

Módulo 9. Liderazgo reflexivo en comunicación

- Analizar el papel de los líderes en comunicación y la importancia de que este liderazgo esté acompañado de reflexividad ante la realidad social, de forma que propicie un ambiente de trabajo óptimo para perseguir los objetivos de la investigación y sea capaz de gestionar y resolver problemas

Módulo 10. Proyecto final

- Realizar un trabajo de investigación en el área de ciencias de la comunicación, aplicando el diseño de investigación, planteamiento y estableciendo los paradigmas que la fundamentan, los objetivos perseguidos, a metodología e instrumentos pertinentes y desarrollando el marco teórico y referencial

04
Competencias

La comunicación es un área en constante progresión y desarrollo. Esta característica hace que sus profesionales deban ser personas con verdadera pasión por su trabajo: el reciclaje y la actualización permanentes son uno de los requisitos imprescindibles para mantenerse en vanguardia con calidad. Esta Maestría te permitirá adquirir las competencias necesarias en este sentido. Desarrollarás, de manera transversal, tres competencias fundamentales: Gestión de la Información, Pensamiento Critico y Solución de Problemas. Cada una de ellas definida en niveles de dominio e indicadores que se complejizan a medida que la Maestría avanza. Un planteamiento completísimo, en un programa de alto nivel, que marcará la diferencia.





Esta Maestría se convertirá en una puerta abierta hacia nuevas oportunidades profesionales. No dejes pasar esta ocasión"

El profesional, al finalizar esta maestría, será capaz de:

Competencias básicas

- El participante está en la capacidad de distinguir las principales diferencias entre las metodologías de investigación
- El participante está en la capacidad de seleccionar de acuerdo con la naturaleza y características del objeto de estudio la metodología correcta, así como las técnicas e instrumentos adecuados para la recolección de información
- El participante está en la capacidad de identificar los temas y tópicos emergentes
- El participante está en capacidad de insertar sus investigaciones en las líneas de investigación más actuales y vigentes
- El participante distingue las particularidades del proceso de comunicación en el mundo contemporáneo y los elementos que vulneran la veracidad de cada hecho informativo
- El participante discrimina entre información veraz e información manipulada
- El participante es capaz de relacionar sistemáticamente información relevante, de procedencia y naturaleza variada, para responder con pertinencia a planteamientos diversos a través de la producción intelectual rigurosa y respetuosa de los derechos de autor
- El participante está en capacidad de evaluar, con rigor y método, la información disponible para determinar la solución o cambio novedoso más apropiado
- El participante determina las funcionalidades de los nuevos entornos para el tratamiento adecuado de información de distinta índole
- El participante está en capacidad de usar una selección de entornos determinados por sí mismo para gestionar efectivamente información en el ámbito de su práctica profesional
- El participante está en capacidad identificar las oportunidades de investigación en el área de comunicación
- El participante está en capacidad de insertar de manera efectiva su investigación en las líneas temáticas emergentes
- El participante está en capacidad de reconocer la importancia de los nuevos espacios de comunicación para comprender hechos sociales en distintos espacios y tiempos
- El participante está en capacidad de revisar y actualizar su conocimiento sobre los nuevos espacios de comunicación, de variada índole e interés para la comprensión de su entorno
- El participante expone los contenidos de su investigación, de manera coherente y cohesiva en los escenarios apropiados para tal fin
- El participante es capaz de argumenta ideas mediante los distintos modelos del discurso con un propósito específico
- El participante será capaz de propiciar la activación consciente de los procesos mentales, motivacionales e instrumentales necesarios para aprender y desempeñarse con autonomía, tanto individualmente como en equipo

Las competencias que adquirirás tras la superación de esta Maestría te catapultarán al éxito profesional”



05

¿Por qué nuestro programa?

Realizar la Maestría en TECH supone incrementar las posibilidades del profesional para desarrollarse como investigador en ciencias de la comunicación. Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un área de conocimiento apasionante. Se trata, por tanto, de una oportunidad única en manos del profesional de conocer las distintas maneras en que actualmente se aplica la investigación en comunicación, así como las líneas que pueden seguirse. Todo esto de la mano del mejor cuadro docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Este programa de TECH es único por ofrecer a los periodistas la oportunidad de acceder a la información desde cualquier parte del mundo”

01

Orientación 100% laboral

Con esta Maestría, el estudiante tendrá acceso a los mejores materiales didácticos del mercado. Todos ellos, además, concebidos con un enfoque eminentemente profesionalizante, es decir, que permiten al alumno comenzar a trabajar como periodistas en investigación desde el momento en que termine la titulación. Es todo un lujo que, solo estudiando en TECH, es posible.

02

La mejor institución

Estudiar en TECH Universidad Tecnológica supone una apuesta de éxito a futuro, que garantiza al estudiante una estabilidad profesional y personal. Gracias a los mejores contenidos académicos, 100% en línea, y al profesorado de esta Maestría, el alumno se asegura la mejor especialización del mercado. Y todo ello, desde casa y sin renunciar a su actividad profesional y personal.

03

Titulación directa

No hará falta que el estudiante haga una tesina, ni examen final, ni nada más para poder egresar y obtener su título. En TECH, el alumno tendrá una vía directa de titulación.

04

Los mejores recursos pedagógicos 100% en línea

TECH Universidad Tecnológica pone al alcance de los estudiantes de esta Maestría la última metodología educativa en línea, basada en una tecnología internacional de vanguardia, que permite estudiar sin tener que asistir a clase, y sin renunciar a adquirir ninguna competencia indispensable en el periodismo.

05

Educación adaptada al mundo real

TECH Universidad Tecnológica muestra al alumno las últimas tendencias, avances, trucos y estrategias para llevar a cabo su trabajo como periodista y comunicador en un entorno cambiante y demandante. El objetivo de realizar esta labor requiere, además del conocimiento y las actitudes adecuadas para aplicar las metodologías acertadas, asumiendo un nivel de responsabilidad superior. Y para ello, el profesional necesita los recursos personales, mentales y profesionales más actualizados en este campo.

06

Aprender idiomas y obtener su certificado oficial

TECH da la posibilidad, además de obtener la certificación oficial de Inglés en el nivel B2, de seleccionar de forma optativa hasta otros 6 idiomas en los que, si el alumno desea, podrá certificarse.



07 Mejorar tus habilidades directivas

TECH es consciente de que para ser periodista hace falta mucho más que saber de métodos de comunicación. Por eso, con esta Maestría mejora las habilidades directivas de los alumnos a partir de un recorrido completo por todas y cada una de las áreas a las que tendrá que hacer frente en su desarrollo profesional.

08 Especialización integral

En TECH Universidad Tecnológica, el profesional adquirirá una visión global en ciencias de la comunicación en sectores de gran prestigio internacional. Así conocerá como estrategias de comunicación que le permitirán desarrollar la gestión de la información, el pensamiento crítico y la solución de problemas, convirtiéndose, por tanto, en un activo de primer nivel.

09 Formar parte de una comunidad exclusiva

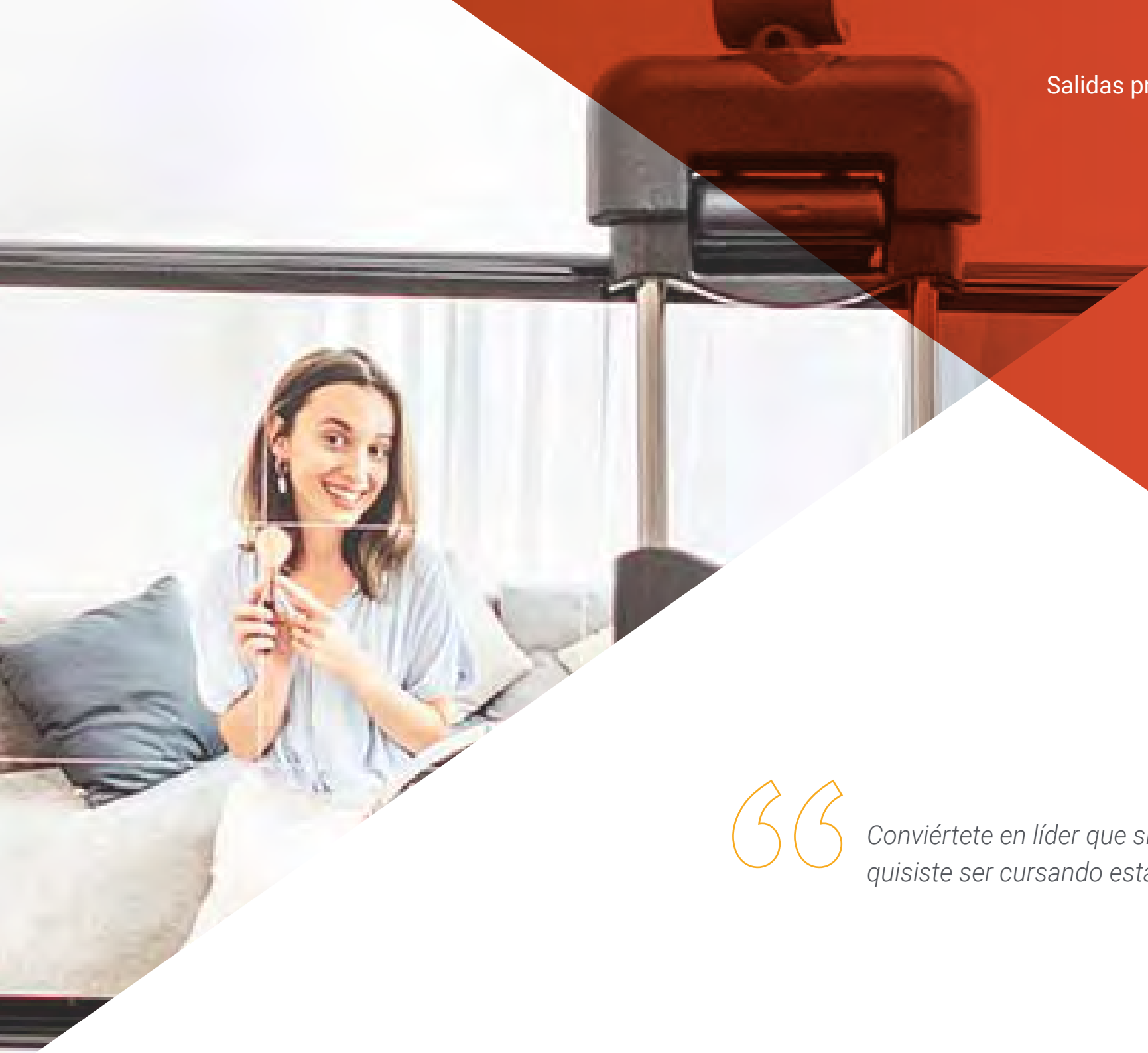
Estudiando en TECH, el profesional tendrá acceso a una comunidad de profesionales de élite, grandes empresas internacionales, organizaciones de prestigio y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH.

06

Salidas profesionales

El perfil de egreso de la Maestría en Investigación en Ciencias de la Comunicación es el de un profesional con altas habilidades para dirigir un departamento de comunicaciones. En este sentido, al finalizar el programa, el profesional será capaz de aplicar los criterios de calidad a todas las investigaciones periodísticas. De esta forma, se convertirá en un directivo solvente, competitivo y con gran capacidad de adaptación.





Conviértete en líder que siempre quisiste ser cursando esta Maestría"

Perfil profesional

El egresado de esta Maestría será un profesional competente y hábil para desempeñarse, de manera responsable y efectiva, en las empresas internacionales que precisen sus servicios. Para ello, contará con las competencias profesionales que le permitirán ejercer en los numerosos campos de acción que se deben controlar para garantizar el cumplimiento de los objetivos de una organización: ser los mejores del mercado.

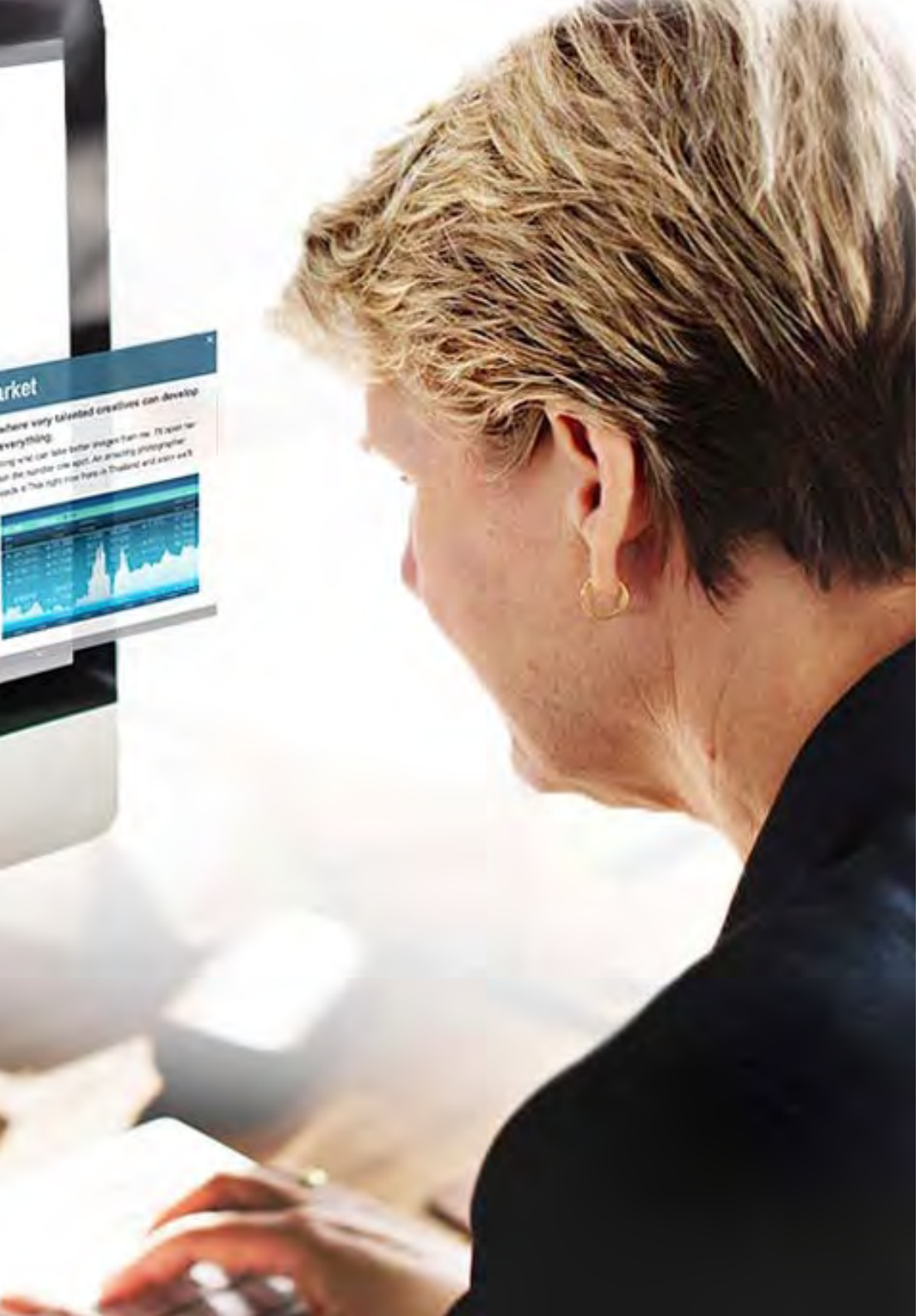
De esta manera, su capacitación con TECH le permitirá comprender y analizar el entorno que le rodea y su sentido crítico le hará competente para interpretar la veracidad de la información que recibe y tomar decisiones como medio para imponer soluciones a las problemáticas propias del sector.

El egresado será, de esta forma, un comunicador técnicamente solvente y preparado para desempeñarse profesionalmente en el campo laboral.

Perfil investigativo

El egresado de esta Maestría tendrá la capacidad de planificar, dirigir, gestionar y mejorar los procesos de pensamiento crítico, análisis de situaciones y elaboración de respuestas eficientes, innovadoras, ajustadas y precisas. A su vez, adquirirá competencias para comprender e interpretar los problemas cardinales de su profesión, relacionados con el fomento del pensamiento crítico y la adaptación a nuevos entornos y exigencias profesionales.





Perfil ocupacional y campo de acción

Tras el logro de los objetivos de especialización planteados en este programa, el egresado tendrá la capacidad de planificar, dirigir, gestionar y mejorar los procesos de pensamiento crítico, análisis de situaciones y elaboración de respuestas eficientes innovadoras que ayuden a mejorar de forma exponencial el sector.

El egresado de TECH en Investigación en Ciencias de la Comunicación estará preparado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo:

- Instituciones públicas y privadas
- Protocolo Oficial
- Agencias de Comunicación
- Organización de Eventos, Convenciones y Congresos
- Relaciones Institucionales
- Ferias y Congresos
- Consultoría estratégica
- Fundaciones
- Relaciones públicas
- Comunicación

Estás a tan solo un clic de convertirte en el comunicador que tanto querías. Y estudiando en TECH lo conseguirás de forma sencilla"

07

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la Maestría, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.





TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría de forma ilimitada y gratuita"

En el mundo competitivo actual, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día, resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCERL establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee.

En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCERL. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCRL A1,A2, B1, B2, C1 y C2”



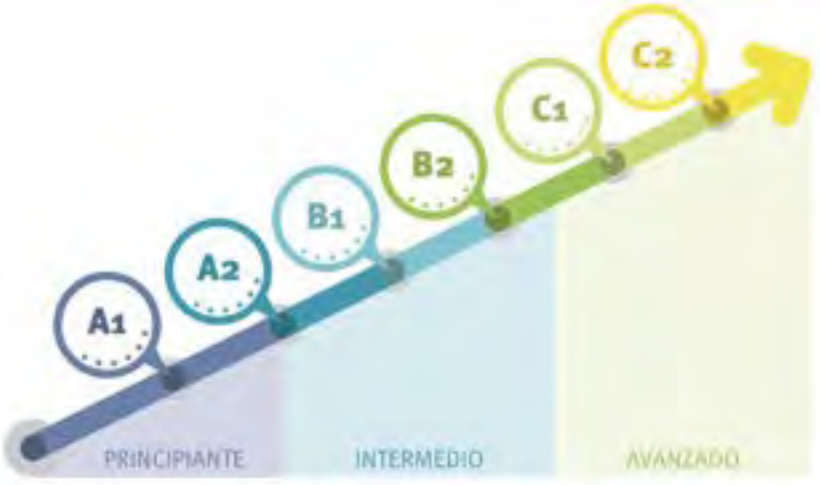




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas, y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la maestría, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCERL, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Podrá presentarse a un único examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto en evaluación lingüística. Si supera el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación única de cualquier idioma, están incluidas en la maestría

"Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Maestría"



08
Metodología

Esta capacitación te 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 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 aportar los beneficios contrastados de los sistemas cíclicos de enseñanza, Un paso hacia la eficiencia que en TECH ofrecemos de forma exclusiva a nuestros alumnos y alumnas"

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar tus 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"



Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración.



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

Este programa de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en este área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Para ello nos basamos en los case studies de la Harvard Business School, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite emplear los materiales con los que se estudia en la más prestigiosa Universidad del mundo: HARVARD.

> *Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos"*

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 harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 16 elementos didácticos diferentes en cada lección.

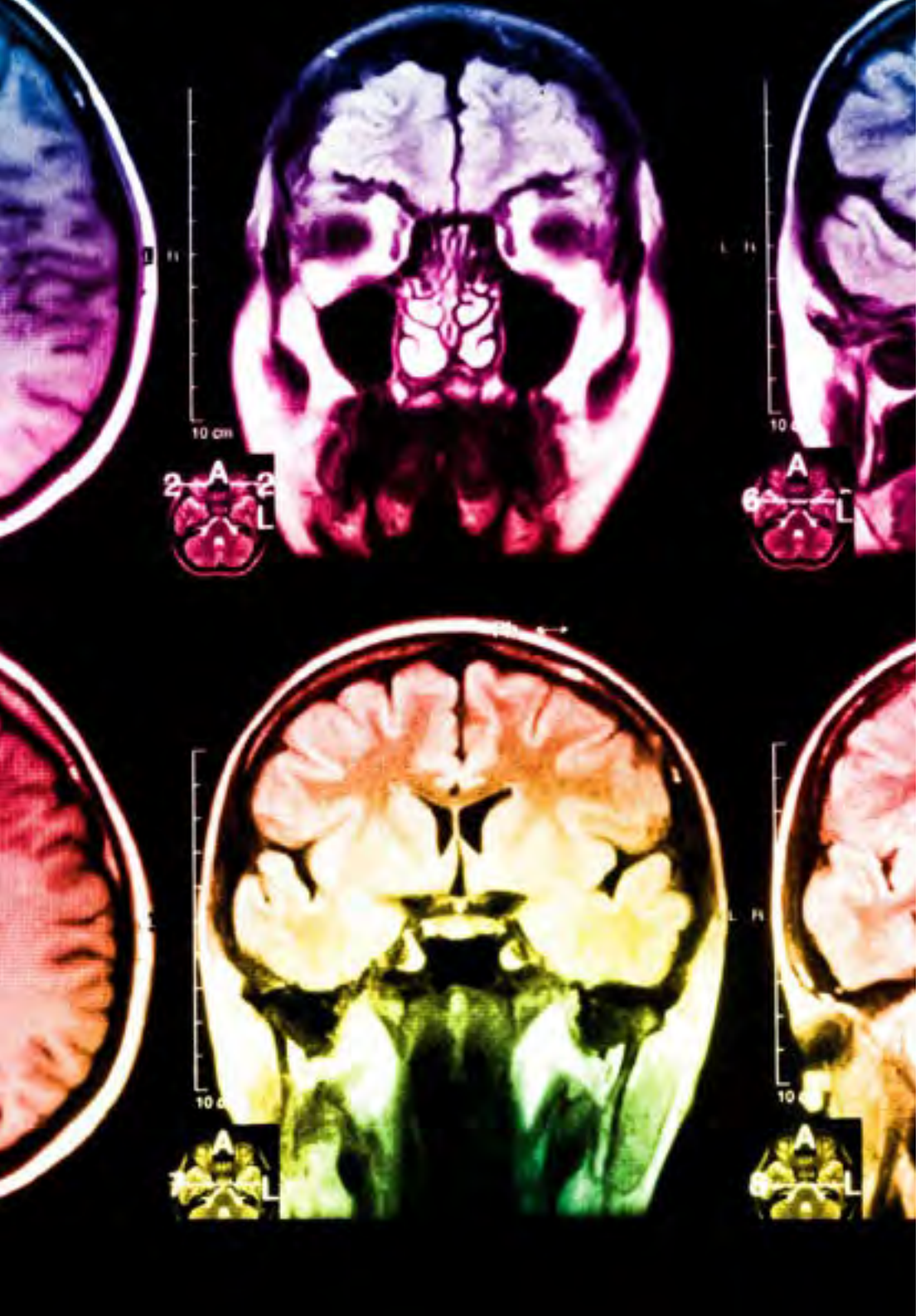
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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

En TECH aprenderás 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 hemos conseguido 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 (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos capacitado a 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 filosofia, 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, 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.

En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:

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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Clases magistrales

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

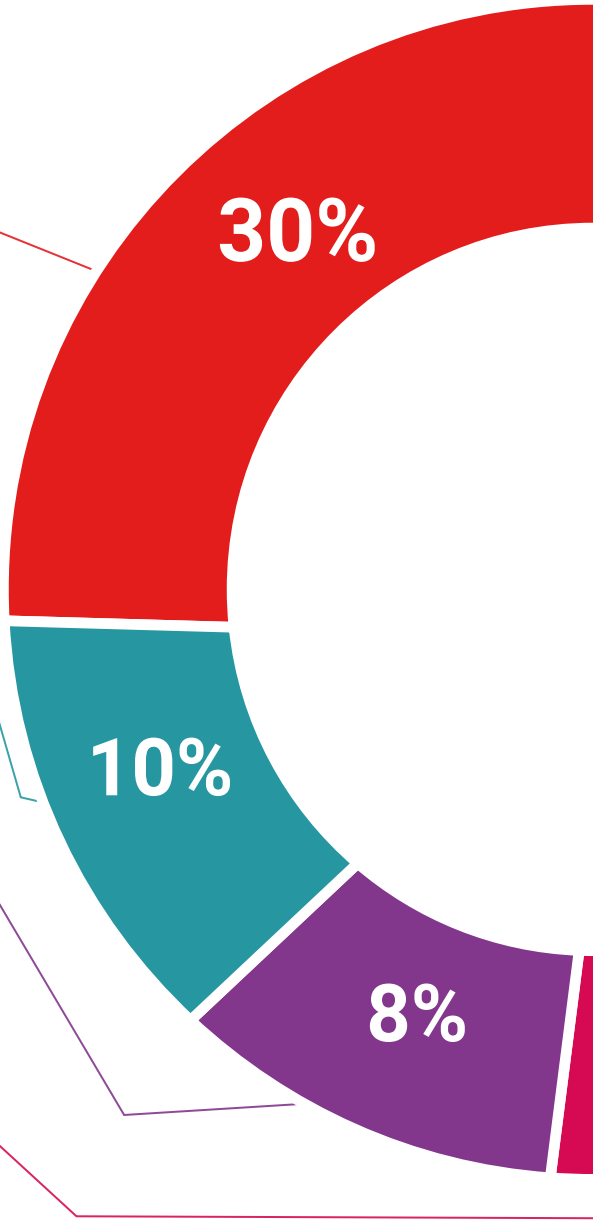
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

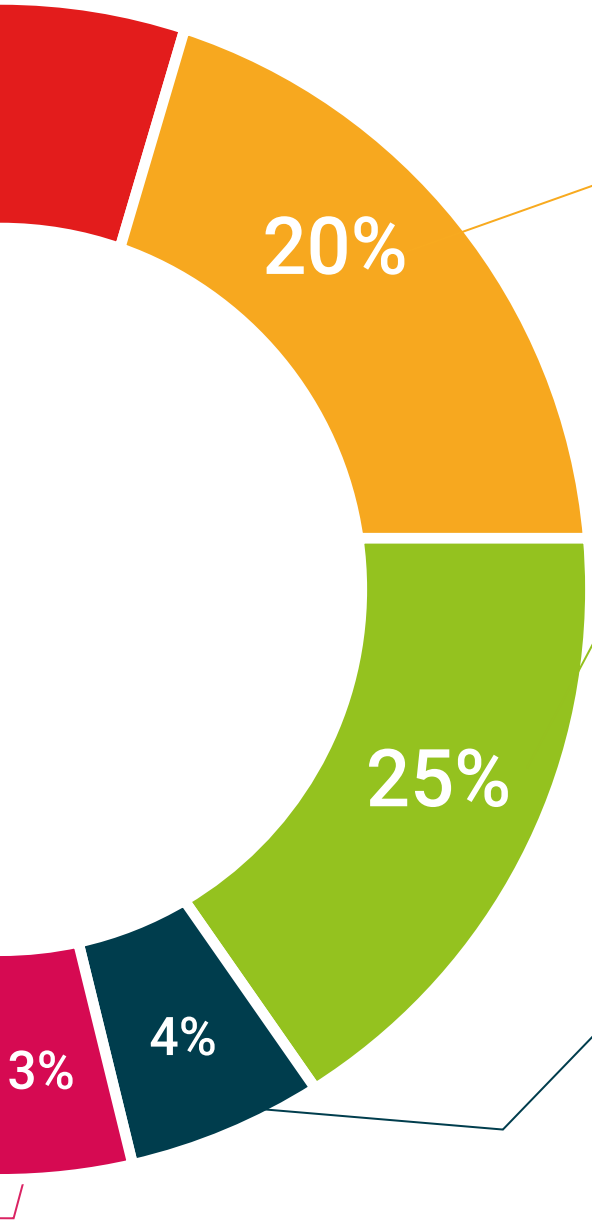
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás 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, guías internacionales..., en nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

09

Dirección del curso

Esta Maestría cuenta con el cuadro docente más capacitado de mercado académico, además de contar con múltiples años de experiencia en el sector de las comunicaciones. Por ello, conocer y son conscientes del perfil que las grandes empresas buscan en sus periodistas. Por tanto, el estudiante recibirla una capacitación de alta calidad, enfocada a su desempeño profesional en el futuro. Todo esto, gracias a la titulación directa del programa, en la que no deberá presentar un trabajo final para egresar.





Aprende de profesionales de referencia en Ciencias de la Comunicación y conviértete en un experto"

Dirección



Dra. Del Valle Mejías, María Elena

- Doctora en Ciencias de la Educación.
- Experta en E-learning, Plataformas y Contenidos
- Experta en Diseño instruccional por Competencias



10

Requisitos de acceso y proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de las universidades en línea en todo el país. Podrás comenzar la licenciatura sin trámites ni demoras: empieza a preparar la documentación y entrégala más adelante, sin premuras. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos, para ti, sean sencillos y no te ocasionen retrasos, ni incomodidades.





Ayudándote desde el inicio, TECH ofrece el procedimiento de admisión más sencillo y rápido de todas las universidades en línea del país"

Requisitos de acceso

Para poder acceder a los estudios de Maestría en Investigación en Ciencias de la Comunicación es necesario haber concluido una Licenciatura en un área del conocimiento relacionada con la comunicación, ciencias de la comunicación, mercadotecnia y/o periodismo. En caso de que el alumno no cuente con un título en el área mencionada, deberá acreditar documentalmente que cuenta con un mínimo de 4 años de experiencia en el área. Puede consultar requisitos establecidos en el Reglamento de TECH.

Proceso de admisión

Para TECH es del todo fundamental que, en el inicio de la relación académica, el alumno esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, hemos creado un protocolo más sencillo en el que podrás concentrarte, desde el primer momento en tu formación, contando con un plazo mucho mayor de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

De esta manera, podrás incorporarte al curso tranquilamente. Algún tiempo más tarde, te informaremos del momento en el que podrás ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy sencilla, cómoda y rápida. Sólo deberás cargarlos y enviarlos, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Una vez que llegue el momento podrás contar con nuestro soporte, si te hace falta. Todos los documentos que nos facilites deberán ser rigurosamente ciertos y estar en vigor en el momento en que los envías.

Ingresa al programa de maestría de forma rápida y sin complicarte en trámites administrativos. Para que empieces a capacitarte desde el primer momento”



En cada caso, los documentos que debes tener listos para cargar en el campus virtual son:

Estudiantes con estudios universitarios realizados en México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- Copia digitalizada de la Clave Única de Registro de Población (CURP)
- Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Licenciatura legalizado
- Copia digitalizada del título legalizado

En caso de haber estudiado la licenciatura fuera de méxico, consulta con tu asesor académico. Se requerirá documentación adicional en casos especiales, como inscripciones a la maestría como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

Estudiantes con estudios universitarios realizados fuera de México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- Copia digitalizada del Título, Diploma o Grado Académico oficiales de Licenciatura que ampare los estudios realizados en el extranjero
- Copia digitalizada del Certificado de Estudios de Licenciatura. En el que aparezcan las asignaturas con las calificaciones de los estudios cursados, que describan las unidades de aprendizaje, periodos en que se cursaron y calificaciones obtenidas

Se requerirá documentación adicional en casos especiales como inscripciones a maestría como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

Es del todo necesario que atestigües que todos los documentos que nos facilitas son verdaderos y mantienen su vigencia en el momento en que los envías.

11

Titulación

Este programa te permite alcanzar el grado de Maestría en Investigación en Ciencias de la Comunicación, obteniendo un reconocimiento universitario oficial válido tanto en tu país como de modo internacional.





Consigue tu título evitando trámites y complicaciones. TECH Universidad realizará todas las gestiones por ti”

Este programa te permite alcanzar el grado de **Maestría en Investigación en Ciencias de la Comunicación**, obteniendo un reconocimiento universitario oficial válido tanto en tu país como de modo internacional.

Los titulos de la Universidad TECH están reconocidos por la secretaría de Educación Pública (SEP) Este plan de estudios se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha 02 de DICIEMBRE 2019 y número de acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE): 20210628.

Puedes consultar la validez de este programa en el acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios: **RVOE Maestría en Investigación en Ciencias de la Comunicación**

Para más información sobre qué es el RVOE puedes consultar *aquí:*

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

Titulación: **Maestría en Investigación en Ciencias de la Comunicación**

Nº de RVOE: **20210628**

Fecha de RVOE: **02/12/2019**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **21 meses**

Para recibir el presente título no será necesario realizar ningún trámite.
TECH Universidad Tecnológica realizará todas las gestiones oportunas ante las diferentes administraciones públicas en su nombre, para hacerle llegar a su domicilio:

- Título de la Maestría
- Certificado total de estudios
- Cédula Profesional

Si requiere que cualquiera de estos documentos le lleguen apostillados a su domicilio, póngase en contacto con su asesor académico.
TECH Universidad Tecnológica se hará cargo de todos los trámites.


tech universidad tecnológica

Otorga el presente

GRADO

a

D/Dña _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MAESTRÍA

en

Investigación en Ciencias de la Comunicación

Con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública, según Acuerdo Nº. 20210628 en virtud de que demostró cumplir con los estudios correspondientes y aprobó conforme titulación automática el 02 Diciembre 2019.

A 28 de abril de 2021

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

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

tech universidad tecnológica

Maestría
Investigación en Ciencias de la Comunicación

Nº de RVOE: **20210628**

Fecha de RVOE: **02/12/2019**

Modalidad: **100% en línea**

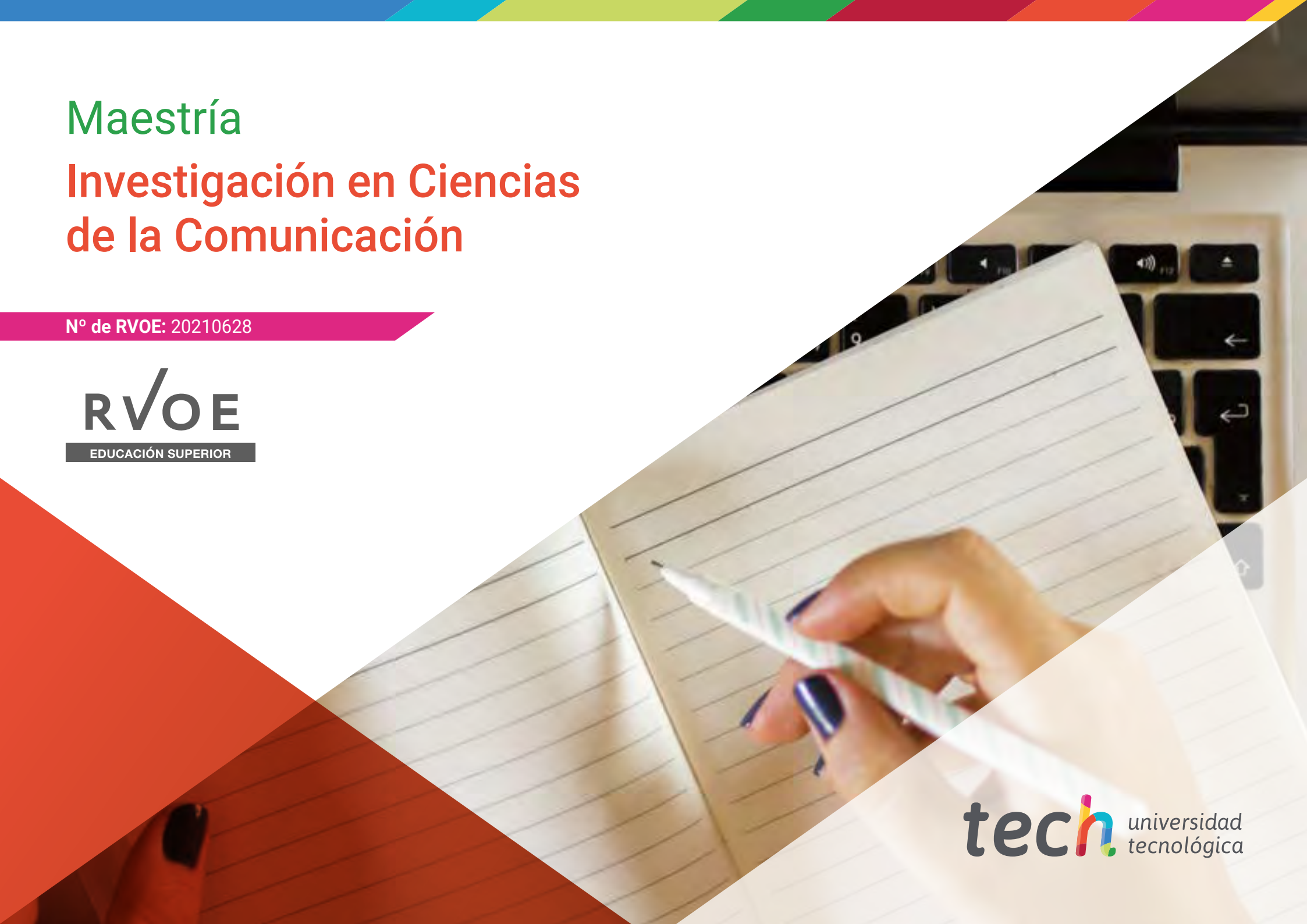
Duración: **21 meses**

Maestría

Investigación en Ciencias de la Comunicación

Nº de RVOE: 20210628

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica