# Maestría
# Periodismo Multimedia

**Nº de RVOE:** 20211085

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR




tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

# Maestría
## Periodismo Multimedia

Nº de RVOE: **20211085**

Fecha de RVOE: **21/09/2020**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

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

# Índice


01
Presentación
pág. 4

02
Plan de Estudios
pág. 8

03
Objetivos
pág. 22

04
Competencias
pág. 28

05
¿Por qué nuestro programa?
pág. 30

06
Salidas profesionales
pág. 36

07
Idiomas gratuitos
pág. 40

08
Metodología
pág. 44

09
Dirección del curso
pág. 52

10
Requisitos de acceso y proceso de admisión
pág. 56

11
Titulación
pág. 60

# 01
# Presentación

La irrupción de internet y las redes sociales ha alterado el paradigma tradicional de los medios de comunicación, convirtiéndose en el principal mecanismo de información de los usuarios. Los cambios tecnológicos y sociales han propiciado, así, que el receptor sea también emisor, promoviendo un espacio colaborativo a tener en cuenta a la hora de comunicar. En este sentido, los acontecimientos son casi simultáneos a la transmisión, haciendo una labor más cercana. En este contexto, el periodista debe ser un profesional transmedia, plenamente actualizado, capaz de utilizar las nuevas narrativas y comunicar con datos de forma eficiente, adaptando el contenido al medio de comunicación concreto, aspectos que logrará mediante este programa especialmente diseñado para el desarrollo de sus funciones en el siglo XXI.





*Aprenderás cómo influyen las redes sociales en el proceso comunicativo e informativo y cuáles son las estrategias que te permitirán ejercer en este medio"*

Esta Maestría en Periodismo Multimedia ofrece un marco de reflexión crítica sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad actual y los distintos formatos comunicativos existentes. El dominio de las herramientas digitales está al alcance de la inmensa mayoría de la población mundial, siendo ya parte indisociable de la acción comunicativa.

Por ello, a lo largo del curso se ofrecerá un análisis de todos los aspectos de este nuevo paradigma comunicativo. El objetivo principal es demostrar que las herramientas de las últimas novedades tecnológicas, junto a los nuevos proyectos comunicativos y los imperativos económicos del sector, pueden abrir un debate alrededor del periodismo en un entorno digital. El uso de las TIC es, así, uno de estos aprendizajes imprescindibles para el periodista del siglo XXI, incluyendo reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos.

En este sentido, una de las cuestiones que ha definido un mayor cambio, es la integración del smartphone en la vida cotidiana. Este dispositivo ha revolucionado la profesión periodística en todas sus fases, desde la producción hasta la difusión de la información. Por ello, cualquier persona es capaz de transmitir un acontecimiento, propagar una noticia o realizar una denuncia pública. Esto hace que el trabajo del periodista se centre en discriminar la información real de la ficticia.

En función de lo anterior, el auge de las redes sociales ha provocado una crisis en el mundo del periodismo, también ha impulsado otras formas comunicativas igual de eficientes, a las que recurren un amplio grupo de la población para informarse. A su vez, esto ha facilitado la difusión de fake news. A todo ello se suman los problemas de financiación y los crecientes ERE en los medios de comunicación, por lo que esta Maestría se convierte en una oportunidad única para que el periodista para incursionar en solitario en su labor.

Por otro lado, los fundamentos de la visualización de datos digitales, acompañados de unas nociones básicas de análisis de datos y de la estadística descriptiva serán otro de los aspectos más relevantes de esta Maestría. Por ello, el plan de estudios de este programa proporciona unas herramientas conceptuales e instrumentales para analizar críticamente las formas en las que se puede visualizar la información, para qué sirve y cómo gestionarla apropiadamente.





TECH brinda la oportunidad de obtener la Maestría en Periodismo Multimedia 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 periodistas capaces de desarrollar su labor en cualquier lugar del mundo.

*Aprenderás a analizar la naturaleza y las características de los productos comunicativos, los bienes y servicios creados y difundidos por las empresas de comunicación junto a expertos de la profesión"*

02

# Plan de Estudios

Con el objetivo de transmitir al alumno los conocimientos que le permitan entender el funcionamiento del periodismo multimedia a nivel internacional, se ha diseñado esta Maestría, en donde podrán profundizar sobre aspectos de completa actualidad como lo son las redes sociales, el periodismo móvil y el análisis de datos. Se trata, por tanto, de una oportunidad de crecimiento única que sentará las bases del crecimiento profesional del alumno guiándolo hacia un ejercicio profesional de la más alta calidad.





*Profundiza en cómo los dispositivos móviles se han convertido en toda una herramienta al servicio del periodista con esta Maestría"*

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 20 meses, pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para el éxito profesional.

Durante los 15 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.

*Aprende con este completo temario y comienza a ver cómo se multiplican tus oportunidades laborales"*

| | |
|---|---|
| **Módulo 1** | Comunicación digital y sociedad |
| **Módulo 2** | Periodismo y redes sociales |
| **Módulo 3** | Cultura audiovisual |
| **Módulo 4** | Periodismo móvil |
| **Módulo 5** | Análisis y visualización de datos |
| **Módulo 6** | Técnicas avanzadas de visualización de datos |
| **Módulo 7** | Nuevas formas narrativas |
| **Módulo 8** | Herramientas y recursos digitales |
| **Módulo 9** | Dirección de proyectos de comunicación digital |
| **Módulo 10** | Periodismo de datos |
| **Módulo 11** | Periodismo de investigaciónvisualización de datos |
| **Módulo 12** | Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital |
| **Módulo 13** | Audiencias y opinión pública |
| **Módulo 14** | Producción audiovisual y transmedia |
| **Módulo 15** | Mercadotecnia de contenidos |



## 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 15 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.

*Te convertirás en un experto en definir, diseñar e implementar un prototipo de documental para la web donde la utilización de material gráfico y vídeo será fundamental"*

## **Módulo 1.** Comunicación digital y sociedad

1.1. Sociedad-red vs Redes sociales
- 1.1.1. La Sociedad Red
- 1.1.2. El poder en la Sociedad Red
- 1.1.3. Autocomunicación y contrapoder
- 1.1.4. El papel de las redes sociales
  - 1.1.4.1. Participación social activa desde las redes sociales
  - 1.1.4.2. Privacidad y Seguridad en las redes

1.2. La aceleración del tiempo
- 1.2.1. La inmediatez y la digitalización, protagonistas de la Comunicación del Siglo XXI
  - 1.2.1.1. ¿Cómo hemos llegado a este nuevo panorama social?
- 1.2.2. El papel de los medios de comunicación masiva
- 1.2.3. El nuevo papel del periodismo con la irrupción de Internet
  - 1.2.3.1. La perpetuidad del periodismo tradicional
  - 1.2.3.2. Redes sociales y periodismo ciudadano

1.3. Generación digital
- 1.3.1. Internet y las nuevas generaciones
  - 1.3.1.1. Construcción de una identidad a través de Internet
- 1.3.2. Clasificación de la sociedad digital
  - 1.3.2.1. Según el año de nacimiento
  - 1.3.2.2. Según si eres nativo digital o inmigrante digital
  - 1.3.2.3. Según si son visitantes o residentes
- 1.3.3. Comparación de las dos generaciones nativas más jóvenes y digitales, la Y y la Z

1.4. Orden mundial de la información vs. Comunicación global
- 1.4.1. El nuevo orden mundial de la Información (NOMIC)
- 1.4.2. Teorías de la Comunicación Global
  - 1.4.2.1. Robertson: a estructuración del mundo actual a partir de la globalización
  - 1.4.2.1. Rosenau: a la búsqueda de una noción para un profundo cambio ontológico
  - 1.4.2.1. Castells: la sociedad de la información y las redes globales
  - 1.4.2.2. Held y compañeros: Transformaciones globales
- 1.4.3. Conclusiones

1.5. Modelos de producción periodística
- 1.5.1. La producción informativa en los medios de comunicación de masas tradicionales
  - 1.5.1.1. Debate sobre la producción informativo e influencia en la sociedad
  - 1.5.1.2. Elementos de la producción que influencian en la opinión pública: configuración de la agenda, imprimación y encuadre
- 1.5.2. El nuevo periodismo digital
  - 1.5.2.1. Producción periodística en Internet
  - 1.5.2.2. Los patrones visuales de la lectura digital
  - 1.5.2.3. La brevedad como característica dominante de la producción digital
  - 1.5.2.4. ¿Cómo producir una notica para la web?
  - 1.5.2.5. Los enlaces y el contenido multimedia como elementos informativos

1.6. Retos de la profesión
- 1.6.1. Nuevo perfil de periodista digital o de la red informática mundial (WWW)
- 1.6.2. Primer reto: Conocer el nuevo perfil de las audiencias digitales
  - 1.6.2.1. Participación, personalización y analítica web
  - 1.6.2.2. ¿El reinado del interés del público?
- 1.6.3. Segundo reto: hacia un periodismo en redes sociales, el papel del Editor de redes sociales

1.6.4. Tercer reto: el nuevo sistema de fuentes periodísticas
1.6.5. Cuarto reto: El periodismo en tiempo real
1.6.5.1. La simultaneidad
1.6.5.2. El hipertexto
1.6.5.3. Expresividad multimedia
1.7. Prestigio y credibilidad
1.7.1. Introducción
1.7.2. Autorregulación
1.7.2.1. Estrategia de autorregulación
1.7.2.2. Mecanismos de regularización
1.7.3. Redefinición del papel del periodista
1.7.3.1. Crisis de credibilidad
1.7.3.2. Desintermediación
1.7.3.3. De la escasez a la maldición de la abundancia
1.7.4. Periodismo y credibilidad en perspectiva histórica
1.7.4.1. Manipulación y fin del pacto con los ciudadanos
1.7.5. La desinformación como oportunidad para el periodismo
1.7.6. Las caras de la credibilidad y el prestigio periodístico

## **Módulo 2.** Periodismo y redes sociales

2.1. Periodistas en plataformas sociales
2.1.1. Introducción
2.1.2. Las redes sociales, un nuevo objeto de estudio en Comunicación
2.1.2.1. El nuevo entorno 2.0
2.1.3. Las redes sociales en el periodismo
2.1.3.1. Usuarios, contenidos y fuentes periodísticas
2.1.3.2. El triple abordaje periodístico en las redes sociales
2.1.3.3. El surgimiento de libros de estilo para los periodistas
2.1.3.4. Redacción Periodística en Facebook
2.1.3.5. Redacción Periodística en Twitter
2.1.3.6. Ventajas y desventajas de la redacción periodística en Facebook y Twitter
2.1.4. Puesta en marcha de algunas estrategias digitales en los medios
2.1.4.1. Nacional
2.1.4.2. Internacional
2.1.5. Uso de las redes sociales como herramientas periodísticas
2.2. Medios en plataformas sociales
2.2.1. Los metamedios
2.2.1.1. Complejidad de las redes sociales
2.2.1.2. Plataformas sociales en las empresas de comunicación
2.2.1.3. Resultado del Barómetro de Medios
2.2.2. La integración de los medios españoles en redes sociales
2.2.2.1. Medio Informativo The New York Times: un referente para los medios tradicionales
2.2.3. La estrategia de comunicación de medios en plataformas sociales
2.2.3.1. Aplicación a redes sociales
2.2.3.2. Diagnóstico o análisis previo
2.2.4. Gestión de cuentas oficiales en medios de comunicación
2.2.4.1. Modelos de gestión de contenido
2.2.4.2. Pautas para la gestión y programación de contenidos en Facebook y Twitter.
2.2.4.3. Preguntas y desafíos en la gestión de las redes
2.3. Perfiles mediáticos en plataformas sociales
2.3.1. Introducción: Nuevos perfiles periodísticos emergentes
2.3.2. El Responsable de Comunidad en Internet
2.3.2.1. Perfil
2.3.2.2. Funciones
2.3.3. Periodista multitarea/multimedia
2.3.3.1. Funciones
2.3.3.2. Perfiles de periodista multimedia interactivo
2.3.3.3. Selección de personal: Un periodista multimedia, interactivo, polivalente y especializado

2.3.4. Periodista de Datos
2.3.4.1. Formación y perfil del Periodista de Datos
2.3.4.2. Periodismo móvil
2.3.5. El desarrollo del Periodismo móvil en plataformas digitales
2.3.5.1. Formatos del Periodismo Digital y Móvil
2.4. La red de contactos y la relación con las fuentes en los entornos sociales
2.4.1. Introducción
2.4.2. Las redes sociales en línea
2.4.2.1. Conectividad
2.4.2.2. Comunidades en línea y comunidades fuera de línea
2.4.3. ¿Cómo aumentar la Red de Contactos/ comunidad digital?
2.4.3.1. Definición del mercado objetivo del medio/periodista
2.4.3.2. Personalización de la marca
2.4.4. Redes sociales más usadas como fuente de información periodística
2.5. La ética periodística y la transparencia informativa en las redes sociales
2.5.1. Código Deontológico Periodístico
2.5.1.1. Principios generales
2.5.1.2. Estatuto
2.5.1.3. Principios de Actuación
2.5.2. Desafíos para una ética de calidad en el nuevo entorno digital
2.5.3. La doble exigencia ética del periodismo
2.5.3.1. La transparencia como una herramienta de un periodismo ético
2.5.3.2. La transparencia como una exigencia de un periodismo ético
2.5.4. Transparencia y organizaciones mediáticas
2.5.4.1. De los profesionales de la información a los responsables de comunidad en internet
2.5.4.2. Del hermetismo a la transparencia
2.5.5. Plataformas sociales a favor de la transparencia informativa
2.5.5.1. Plataforma Wikitribune: el periodismo transparente y colaborativo
2.5.5.2. Plataforma Deba-t.org: la transparencia en el fomento del debate y la discusión pública
2.6. La narración de la información en plataformas sociales
2.6.1. Introducción a la narrativa digital
2.6.1.1. Una nueva forma de narrar
2.6.1.2. Lenguaje y géneros en la narrativa digital
2.6.1.3. Potencialidades y posibilidades de los medios digitales o "pantallas"
2.6.2. La narrativa se identifica con la navegación
2.6.2.1. Singularidad del lenguaje periodístico
2.6.2.1.1. Lenguaje múltiple
2.6.2.1.2. La corrección gramatical
2.6.3. Técnicas de redacción: de la pirámide invertida a la pirámide mentirosa
2.6.3.1. Técnicas de redacción
2.6.4. Los géneros del ciberperiodismo

## **Módulo 3.** Cultura audiovisual

3.1. La Posmodernidad en el ámbito audiovisual
3.1.1. ¿Qué es la posmodernidad?
3.1.2. La cultura de masas en la era posmoderna.
3.1.3. La irrupción de los discursos argumentativos
3.1.4. La cultura del simulacro
3.2. Semiótica: los símbolos en la cultura audiovisual
3.2.1. ¿Qué es la semiótica?
3.2.2. ¿Semiótica o semiología?
3.2.3. Los códigos semióticos
3.2.4. Los motivos visuales
3.3. Aprender a mirar
3.3.1. Imagen y contexto
3.3.2. La mirada etnográfica
3.3.3. La fotografía como cruce de miradas
3.3.4. Antropología visual

3.4. La composición de la imagen
- 3.4.1. Puntualizaciones
- 3.4.2. El equilibrio dinámico
- 3.4.3. Peso y dirección visual
- 3.4.4. Reglas básicas.

3.5. La estética en lo audiovisual
- 3.5.1. ¿Qué es la Estética?
- 3.5.2. Las categorías estéticas
- 3.5.3. Lo grotesco y lo abyecto
- 3.5.4. El "mal gusto" (kitsch) y el "buen gusto" (camp)

3.6. Nuevas y renovadas formas de lo audiovisual
- 3.6.1. El videoarte viral
- 3.6.2. La base de datos masivos como práctica artística
- 3.6.3. La técnica de proyección de videos
- 3.6.4. Los creadores visuales (Vj's)

3.7. La intertextualidad como estrategia creativa
- 3.7.1. ¿Qué es la intertextualidad?
- 3.7.2. La cita
- 3.7.3. La alusión
- 3.7.4. El plagio
- 3.7.5. El apropiacionismo
- 3.7.6. La autorreferencialiadad
- 3.7.7. La parodia

3.8. El diálogo entre las artes
- 3.8.1. La intermedialidad
- 3.8.2. La hibridación de las artes
- 3.8.3. El Clasicismo y la separación de las artes
- 3.8.4. El Romanticismo y la definitiva unión de las artes
- 3.8.5. El Arte Total en las vanguardias
- 3.8.6. Las narrativas transmedia

3.9. El nuevo cine
- 3.9.1. Las relaciones entre cine, cultura e historia
- 3.9.2. Una evolución tecnología (im) previsible
- 3.9.3. ¡El cine ha muerto!
- 3.9.4. El cine expandido

3.10. El auge del documental
- 3.10.1. El documental
- 3.10.2. Estrategias de la objetividad
- 3.10.3. El auge del falso documental
- 3.10.4. El metraje encontrado

## **Módulo 4.** Periodismo móvil

4.1. El trabajo periodístico con móvil y tableta
- 4.1.1. Introducción
- 4.1.2. ¿Qué es el periodismo móvil?
- 4.1.3. La configuración del periodismo para las plataformas de noticias móviles
  - 4.1.3.1. Fases de incursión del móvil en el periodismo
  - 4.1.3.2. Producción en el periodismo móvil
- 4.1.4. El Periodismo móvil
  - 4.1.4.1. Del profesional monomedia al periodista móvil
  - 4.1.4.2. Configuración del periodista móvil
- 4.1.5. Un modelo de periodismo móvil

4.2. Periodismo móvil
- 4.2.1. Introducción
  - 4.2.1.1. Las nuevas claves: convergencia, divergencia y movilidad
  - 4.2.1.2. Multimedialidad y narración
    - 4.2.1.2.1. El teléfono móvil como objeto de uso cotidiano
  - 4.2.1.3. La cuarta pantalla y el periodismo
  - 4.2.1.4. Teléfono móvil
  - 4.2.1.5. Teléfono inteligente
  - 4.2.1.6. Tablet

4.2.2. Los dispositivos móviles: la radio y la televisión
4.2.2.1. Teléfono móvil
4.2.2.2. Teléfono inteligente
4.2.2.3. Tabletas
4.2.3. ¿Cómo distribuir los contenidos? El análisis de las 4Cs (consumidor, comunicación, costo y conveniencia)
4.3. Herramientas y aplicaciones para la producción de contenidos periodísticos
4.3.1. Introducción
4.3.1.1. Principales características en la producción del periodismo móvil
4.3.2. Aplicaciones para hacer periodismo
4.3.2.1. Aplicaciones para audio
4.3.2.1.1. Grabar audio
4.3.2.1.2. Grabar llamada
4.3.2.1.3. Editar audio
4.3.2.2. Emitir audio en directo
4.3.3. Aplicaciones para video
4.3.3.1. Grabar video
4.3.3.2. Editar video
4.3.3.3. Transmitir video en directo
4.3.4. Otras herramientas útiles
4.4. Estrategias narrativas especializadas para móviles
4.4.1. Introducción
4.4.2. Nuevas narrativas
4.4.2.1. Narrativa multimedia
4.4.2.2. Narrativa transmedia
4.4.3. Estéticas narrativas
4.4.3.1. La repetición
4.4.3.2. La velocidad
4.4.3.3. El exceso
4.4.3.4. Lo monstruoso
4.4.3.5. El choque
4.4.4. Del escritorio a la movilidad
4.4.4.1. Ubicuidad
4.4.4.2. Naturaleza efímera
4.4.4.3. Instantaneidad
4.5. El consumo de información periodística por dispositivos móviles
4.5.1. Introducción
4.5.2. En propiedad de dispositivos móviles vs tradicionales
4.5.3. Uso de noticias en dispositivos digitales
4.5.4. El camino de las noticias
4.5.4.1. ¿Es un hábito de comportamiento de las noticias más que un dispositivo?
4.5.4.2. Los omnívoros de noticias móviles y los llamados "fondos buitre" de escritorio / portátil
4.5.4.3. Demografías de los usuarios en el consumo de noticias digitales
4.5.5. Rasgos y hábitos del consumidor de noticias moderno
4.5.5.1. Adultos jóvenes
4.5.5.2. Distinciones digitales
4.6. Aplicaciones y servicios de información periodística en el móvil
4.6.1. Introducción
4.6.2. Utilidad actual de los teléfonos inteligentes para ciudadanos y profesionales de la información
4.6.3. Desarrollo actual de periodismo móvil en las empresas periodísticas
4.6.4. Aplicaciones móviles y los principales generadores de información
4.6.4.1. Periódicos
4.6.4.2. Radios
4.6.4.3. Revistas

## **Módulo 5.** Análisis y visualización de datos

5.1. Principios cognitivos: Información, comunicación y conocimiento
- 5.1.1. Origen de las ciencias cognitivas
- 5.1.2. La Información y la Comunicación
  - 5.1.2.1. Lasswell, una aproximación sociológica
  - 5.1.2.2. Shannon y Weaver una aproximación cibernética
  - 5.1.2.3. El Modelo Maletzke y la comunicación colectiva
- 5.1.3. La comunicación
  - 5.1.3.1. Eco, un modelo semiótico de la comunicación
  - 5.1.3.2. Signos, señales, símbolos…
- 5.1.4. La representación o conocimiento
  - 5.1.4.1. Tipos de representación o conocimiento
- 5.1.5. El valor de la información, analizado según el modelo de Maletzke
  - 5.1.5.1. Consideraciones generales
  - 5.1.5.2. La captura y el valor de la información
  - 5.1.5.3. Regulación
  - 5.1.5.4. La propiedad y el valor de la información
  - 5.1.5.5. Los sistemas informáticos
  - 5.1.5.6. Maletzke y los actuales medios de comunicación virtual

5.2. Técnicas y metodologías de análisis de la información: casos prácticos
- 5.2.1. Introducción
  - 5.2.1.1. Aproximación al concepto Periodismo de datos o Periodismo computacional
- 5.2.2. Base de datos masivos
- 5.2.3. Metodología para el análisis de la base de datos masivos
  - 5.2.3.1. Análisis automatizado de contenido
  - 5.2.3.2. Análisis de sentimiento automatizado
  - 5.2.3.3. Minería de datos
  - 5.2.3.4. Aprendizaje automático
  - 5.2.3.5. Minería de textos
  - 5.2.3.6. Minería web
- 5.2.4. Herramientas utilizadas en periodismo computacional o de datos
- 5.2.5. Casos prácticos a nivel internacional
  - 5.2.5.1. Análisis de datos en campañas electorales

5.3. Estadística descriptiva y multivariante
- 5.3.1. Las variables
- 5.3.2. Estadística descriptiva
  - 5.3.2.1. Análisis unidimensional
    - 5.3.2.1.1. Las frecuencias
    - 5.3.2.1.2. Representaciones gráficas de las frecuencias. La distribución
  - 5.3.2.2. Análisis bidimensional
    - 5.3.2.2.1. Frecuencias cruzadas
    - 5.3.2.2.2. Correlaciones
- 5.3.3. Estadística multivariante
  - 5.3.3.1. Pasos previos al análisis
    - 5.3.3.1.1. Datos ausentes
  - 5.3.3.2. Verificación de los supuestos análisis multivariantes
    - 5.3.3.2.1. Normalidad
    - 5.3.3.2.2. Homocesdaticidad
    - 5.3.3.2.3. Linealidad
  - 5.3.3.3. Clasificación de los Análisis Multivariados
  - 5.3.3.4. Métodos del Análisis multivariado
    - 5.3.3.4.1. Correlación Canónica
    - 5.3.3.4.2. Análisis factorial
    - 5.3.3.4.3. Análisis discriminantes
    - 5.3.3.4.4. Discriminación logística

5.4. Introducción a la infografía y a la visualización de la información
- 5.4.1. Introducción
- 5.4.2. Profundización en el concepto infografía y visualización de información
  - 5.4.2.1. De la psicología a la infografía
  - 5.4.2.2. Los fundamentos del modelo
  - 5.4.2.3. Del diseño de información a la infografía
  - 5.4.2.4. Infografía estetizante frente a infografía analítica

5.4.3. La visualización interactiva
5.4.3.1. La gran transición: la infografía como herramienta
5.4.3.2. ¿Qué interacción? Las tres clases
5.4.3.3. Navegación y escenas
5.4.3.4. Multimedialidad
5.4.4. La infografía como recurso periodístico en la prensa española
5.4.4.1. Aspectos técnicos
5.4.5. El caso de The New York Times
5.4.5.1. La estructura de las secciones de gráficos
5.4.5.2. El Proceso de trabajo
5.5. Tecnologías para la visualización de la información
5.5.1. Introducción
5.5.2. Modelos de visualización
5.5.3. Visualizaciones de información novedosas
5.5.4. Tecnologías
5.6. Casos prácticos en el ámbito periodístico
5.6.1. Ejemplos de interacción y visualización de información en el "periodismo estructurado"
5.6.2. Diseño y visualización de la información. Caracterización del mensaje infográfico en los diarios españoles (ABC, El Mundo, El País, Público y La voz de Galicia)
5.6.3. Premio mejor trabajo periodístico de datos 2019

## **Módulo 6.** Técnicas avanzadas de visualización de datos

6.1. Técnicas y principios de análisis
6.1.1. Principios cognitivos: Información, comunicación y conocimiento
6.1.2. Los principales tipos de visualización de datos
6.2. Análisis de información en sistemas complejos
6.2.1. Definibilidad de un sistema
6.2.2. Los componentes de un sistema complejo
6.2.3. Procesos y niveles de análisis
6.3. Visualización interactiva en web y dispositivos móviles
6.3.1. Minería de datos: aplicaciones en el ámbito del periodismo
6.3.2. Visualización en redes sociales
6.4. Aplicaciones en el ámbito periodístico
6.4.1. Extracción de la información
6.4.2. Plataformas para el análisis de datos
6.4.3. Estudio de herramientas de visualización de datos

## **Módulo 7.** Nuevas formas narrativas

7.1. La narración de historias digital
7.1.1. El rol de las formas narrativas
7.1.2. Valores añadidos de los nuevos medios: instantaneidad, hipertextualidad, interactividad y el protagonismo del lector
7.1.3. La Nueva narrativa de los géneros periodísticos informativos: elementos de la noticia
7.1.4. La nueva narrativa de los géneros periodísticos explicativos: elementos distintivos
7.1.5. La nueva narrativa de los géneros periodísticos de opinión modalidades participativas: Cartas al director, sondeos y encuestas, los foros de discusión
7.2. Los mecanismos participativos en la elaboración de relatos periodísticos
7.2.1. Espacios de participación: la última gran tendencia
7.2.2. Los nuevos medios y las audiencias activas
7.2.3. El valor del periodismo profesional
7.3. Contenidos multiplataforma
7.3.1. Los gestores de contenido en la producción multiplataforma
7.3.2. Del consumidor pasivo al productor activo
7.3.3. Metaverso: El mundo real como sistema operativo
7.4. Proyectos periodísticos transmedia
7.4.1. Narratología transmedial y narración transmedia
7.4.2. España se enoja, de Javier Zurita y Ofelia de Pablo
7.4.3. Una experiencia virtual de confinamiento solitario del diario The Guardian
7.5. Periodismo inmersivo y ubícuo
7.5.1. Principios del diseño de experiencias informativas inmersivas
7.5.2. Realidad virtual
7.5.3. Principios del diseño de experiencias informativas mixtas
7.5.4. Realidad aumentada

## **Módulo 8.** Herramientas y recursos digitales

8.1. El marco tecnológico actual del periodismo
- 8.1.1. Posibilidades comunicativas
- 8.1.2. Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales
- 8.1.3. Ejemplos de aplicabilidad

8.2. Herramientas para periodistas digitales
- 8.2.1. Recursos en línea para la producción y edición de contenidos informativos
- 8.2.2. Herramientas de organización para periodistas
- 8.2.3. Herramientas tecnológicas para la difusión de la información

## **Módulo 9.** Dirección de proyectos de comunicación digital

9.1. La gestión de proyectos: conceptos básicos
- 9.1.1. Componentes de la gestión de proyectos: las áreas de conocimiento
- 9.1.2. El coste humano de la gestión de proyectos
- 9.1.3. Habilidades directivas

9.2. Proyectos de comunicación digital
- 9.2.1. Iniciación del proyecto y trabajos previos
- 9.2.2. Planificación y ejecución del proyecto
- 9.2.3. Seguimiento, control y cierre del proyecto

## **Módulo 10.** Periodismo de datos

10.1. Fuentes de información
- 10.1.1. Marco regulador, licencias, condiciones de uso de los datos
- 10.1.2. Estrategias de búsqueda
- 10.1.3. Descriptores estadísticos típicos

10.2. Mecanismos de selección y filtrado de datos
- 10.2.1. Extracción de características
- 10.2.2. Resumir datos con tablas y gráficos
- 10.2.3. Interactividad

## **Módulo 11.** Periodismo de investigación

11.1. Introducción
- 11.1.1. Qué es el periodismo de investigación
- 11.1.2. Ejemplos de grandes periodistas de investigación
- 11.1.3. Formulación de hipótesis

11.2. Valoración de los métodos
- 11.2.1. Trabajo y relación con las fuentes
- 11.2.2. Organización y estructuración de los datos
- 11.2.3. Búsqueda de conexiones entre archivos

11.3. Redacción de un reportaje
- 11.3.1. ¿Qué es un reportaje?
- 11.3.2. Estilo
- 11.3.3. Estructura
- 11.3.4. ¿Cómo se elabora un reportaje?

11.4. Técnicas de control de calidad
- 11.4.1. Una comprobación de datos ética
- 11.4.2. Uso del archivo maestro para la comprobación de datos
- 11.4.3. Efectos psicológicos predecibles de la comprobación de datos

## **Módulo 12.** Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital

12.1. El contexto empresarial en el ámbito informativo
- 12.1.1. El sector informativo
- 12.1.2. Los actores de la comunicación social en el contexto digital
- 12.1.3. Propuesta teórico metodológica para el estudio de los medios de comunicación social cibernéticos

12.2. Emprendeduría
- 12.2.1. La iniciativa emprendedora y la detección de oportunidades
- 12.2.2. Financiación de la actividad emprendedora
- 12.2.3. Emprendeduría interna

12.3. Empresa informativa
- 12.3.1. Tipos de empresa informativa
- 12.3.2. Dirección y organización de medios
- 12.3.3. Planificación empresarial

12.4. Modelos de negocio en medios en línea
- 12.4.1. La naturaleza de los modelos de negocio
- 12.4.2. La importancia de generar valor
- 12.4.3. Tipos de modelos de negocio y su evolución

## **Módulo 13.** Audiencias y opinión pública

13.1. Audiencias
- 13.1.1. El nuevo periodismo digital desde la perspectiva de las audiencias
- 13.1.2. Modelos de medición de audiencias
- 13.1.3. Audiencias participativas

13.2. Debate en torno al concepto de opinión pública
- 13.2.1. Evolución de la esfera pública en la sociedad de masas a la sociedad red
- 13.2.2. El concepto de la opinión pública en la Sociedad de la Información
- 13.2.3. Opinión pública agregada y discursiva, y sus dinámicas transicionales

13.3. Modelos de análisis
- 13.3.1. La opinión pública como conocimiento
- 13.3.2. Retos de la configuración de la opinión pública ante los medios digitales
- 13.3.3. Metodologías para el estudio de la opinión pública

13.4 . La nueva esfera pública para los periodistas
- 13.4.1. Periodismo en una democracia más participativa
- 13.4.2. El papel del periodista en la nueva realidad digital
- 13.4.3. El periodismo ciudadano

## **Módulo 14.** Producción audiovisual y transmedia

14.1. Las Narrativas transmedia
- 14.1.1. Introducción
- 14.1.2. Las características de las narrativas transmedia
- 14.1.3. La aplicación de las narrativas transmedia en el ámbito periodístico
- 14.1.4. La Narrativa transmedia en la cultura popular

14.2. Desarrollo de un proyecto transmedia
- 14.2.1. El proyecto transmedia
- 14.2.2. Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia
- 14.2.3. Caso práctico: El documental transmedia tras los pasos del Hombre Bestia

14.3. Experimentación con herramientas de implementación de proyectos transmedia: realización de un prototipo
- 14.3.1. Aproximación a la no ficción interactiva: panorámica del web documental español en la era digital
- 14.3.2. El Reportaje transmedia como parte del nuevo periodismo
- 14.3.3. La participación ciudadana en el documental colaborativo: hacia nuevas narrativas audiovisuales







## **Módulo 15.** Mercadotecnia de contenidos

15.1. Promoción de contenidos
- 15.1.1. ¿Qué es la mercadotecnia de contenidos?
- 15.1.2. Cómo desarrollar la mercadotecnia de contenidos
- 15.1.3. Creación de una estrategia

15.2. Audiencias de mercadotecnia
- 15.2.1. La audiencia como aliada de la distribución
- 15.2.2. Cómo definir un perfil de audiencia
- 15.2.3. Medición de audiencias

15.3. Mercadotecnia en redes sociales
- 15.3.1. Introducción
- 15.3.2. La estrategia y el plan de medios sociales
- 15.3.3. Nuevos conceptos derivados de la integración de los medios sociales en el ámbito de la mercadotecnia y la comunicación
- 15.3.4. La mercadotecnia interna y la estrategia de contenidos

15.4. Perspectiva sociocultural
- 15.4.1. Teoría del procesamiento de la información
- 15.4.2. Teoría de Bruner
- 15.4.3. La síntesis: dos formas de significar

*Aprende con este completo temario y comienza a ver cómo se multiplican tus oportunidades laborales"*

# 03
# Objetivos

Esta Maestría ha sido diseñada con el objetivo de facilitar la actuación del profesional de la comunicación en cualquier ámbito multimedia, como las redes sociales y los medios digitales. Por ello, adquirirá nuevas competencias y habilidades que necesita para triunfar en la profesión periodística a través de cualquier formato. Para ello, contará con una metodología completa, que le dotará de los conocimientos más versátiles a aplicar en su día a día. Solo con la preparación adecuada, el profesional de la comunicación será capaz de realizar las labores periodísticas con acierto y etiqueta de calidad.





*Ofrece a los lectores visualizaciones y tratamientos de datos para explicar las noticias de una manera clara en el formato digital"*

## Objetivos generales

- Demostrar que las nuevas herramientas, los nuevos proyectos comunicativos y los nuevos imperativos económicos del sector pueden abrir nuevas cuestiones alrededor del ejercicio del periodismo en un entorno digital
- Estudiar cómo los social media influyen en el proceso comunicativo y qué estrategias y soluciones puede aplicar el profesional
- Realizar la aproximación y comprensión de las singularidades del periodismo móvil y también desarrollar las competencias y habilidades necesarias para adaptarnos y saber aprovechar a las posibilidades que nos ofrecen los smartphones
- Obtener un conocimiento crítico y en profundidad de las fuentes informativas: evolución, funciones y formas de explotación, y desarrollar el espíritu de investigación y la capacidad de analizar problemas con los nuevos instrumentos de propios del periodismo, razonando de manera rigurosa y sistemática
- Adquirir herramientas para el análisis, el diseño y la puesta en práctica de iniciativas periodísticas basadas en el storytelling y las estrategias narrativas
- Conocer las múltiples herramientas digitales, mayoritariamente de forma gratuita, que el periodista puede localizar
- Aportar la base teórica y práctica para el desarrollo de la planificación de un proyecto: partiendo de la idea y ejecutando, paso a paso, todos los estadios del diseño y gestión del mismo
- Aprender cómo ofrecer a los lectores visualizaciones y tratamientos de datos para explicar las noticias de una manera clara y entendedora
- Entender las bases de la preparación del periodismo de investigación, disponiendo del conocimiento que requiere su aplicación en un futuro
- Analizar la naturaleza y las características de los productos comunicativos, los bienes y servicios creados y difundidos por las empresas de comunicación
- Analizar los modeles de análisis tradicionales de la opinión pública y los retos de su configuración actual ante los medios digitales
- Definir, diseñar e implementar un prototipo de documental para la web donde la utilización de material gráfico y vídeo será fundamental
- Conocer y dominar las principales herramientas de visualización en el ámbito del periodismo
- Debatir sobre la relación entre marketing y contenidos, y sobre por qué los profesionales del periodismo o la comunicación digital deben estar al tanto, e incluso incorporarlo a sus rutinas profesionales

## Objetivos específicos

### Módulo 1. Comunicación digital y sociedad

- Entender la forma en que las herramientas, proyectos comunicativos e imperativos económicos actuales pueden crear nuevas cuestiones alrededor del ejercicio del periodismo en un entorno digital, pero en ningún caso poner en entredicho o negar el derecho a la información y a la comunicación como derecho humano básico e irrenunciable
- Obtener un conocimiento sólido sobre el papel de las y de los periodistas en la preservación de este derecho fundamental en las sociedades democráticas actuales

### Módulo 2. Periodismo y redes sociales

- Analizar la complejidad del uso de las tecnologías de información y comunicación en el ámbito periodístico, incluyendo reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y asumiendo el papel del periodista en las redes sociales y de la forma en que esto influye en el proceso comunicativo y qué estrategias y soluciones puede aplicar el profesional

### Módulo 3. Cultura audiovisual

- Interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética, podrá manejar el pensamiento convergente y divergente en los procesos de observación, investigación, especulación, visualización y actuación, con la finalidad de reconocer la diversidad cultural en el contexto de las sociedades contemporáneas

### Módulo 4. Periodismo móvil

- Comprender cómo el teléfono móvil se ha integrado a la profesión periodística, considerando que el periodismo móvil es una de las tendencias actuales de la profesión informativa que tiene ciertas singularidades y requiere desarrollar las competencias y habilidades para aprovechar las posibilidades que nos ofrecen los teléfonos inteligentes

### Módulo 5. Análisis y visualización de datos

- Entender las nociones básicas de análisis de datos y de la estadística descriptiva, como herramientas conceptuales e instrumentales que le permitan analizar críticamente la información y las fuentes informativas: evolución, funciones y formas de explotación
- Desarrollar el espíritu de investigación y la capacidad de analizar problemas con los nuevos instrumentos de propios del periodismo, razonando de manera rigurosa y sistemática

### Módulo 6. Técnicas avanzadas de visualización de datos

- Comprender las técnicas avanzadas de análisis y visualización de datos de uso común en el ámbito del periodismo, considerando las dificultades que tiene el ordenar visualmente la información de sistemas complejos y utilizando las herramientas disponibles en la web y dispositivos móviles

### Módulo 7. Nuevas formas narrativas

- Comprender las estrategias narrativas provenientes de otros ámbitos de la comunicación visual y el entretenimiento, como herramientas para hacer llegar las historias periodísticas a través de nuevos canales y a diferentes tipos de públicos
- Analizar, diseñar e implementar iniciativas periodísticas basadas en la narración de historias y las estrategias narrativas, considerando los riesgos y las responsabilidades éticas y deontológicas que tiene un profesional en un entorno en el que se puede caer en la manipulación emocional, la espectacularización y la tergiversación de los hechos o incluso la invención de noticias falsas construidas como historias creíbles

### Módulo 8. Herramientas y recursos digitales

- Ser capaz de aplicar el correcto manejo de las herramientas y recursos en el sistema de información y de las nuevas tecnologías de la información, mediante la aplicación de conocimientos y habilidades en el manejo de sistemas digitales y de conectividad

### Módulo 9. Dirección de proyectos de comunicación digital

- Identificar los componentes de la gestión de proyectos relacionados con los sistemas de la comunicación, a fin de poder aplicarlos en composiciones digitales considerando el empleo de recursos informativos actuales

### Módulo 10. Periodismo de datos

- Utilizar los datos relativos a fuentes de información tanto documentales como electrónicas que coadyuven a la detección de necesidades, integración de mensajes comunicativos y fundamentación de proyectos propios del periodismo

### Módulo 11. Periodismo de investigación

- Desarrollar habilidades en el ámbito de la investigación que le permita coadyuvar a la generación en la redacción de un reportaje periodístico que tenga en cuenta cuestiones éticas y de calidad

### Módulo 12. Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital

- Conocer las estrategias para diseñar modelos de negocio, especificando los elementos que lo comprenden y las estrategias de validación, para implementarlos en los proyectos empresariales dirigidos a la comunicación digital

### Módulo 13. Audiencias y opinión pública

- Analizar el concepto de opinión pública en la industria de los medios masivos de comunicación y su relación con el acontecer social, comprendiendo cómo los elementos novedosos en el uso del lenguaje tienen repercusiones en distintos tipos de audiencia



**Módulo 14. Producción audiovisual y transmedia**

- Comprender los componentes de las producciones audiovisuales, desarrollará el lenguaje y conocerá las funciones de los instrumentos necesarios para el montaje de composiciones narrativas, así como desarrollo de proyectos transmedia

**Módulo 15. Mercadotecnia de contenidos**

- Analizar el vínculo entre la mercadotecnia y contenidos periodísticos, así como la importancia de que los periodistas y/o profesionales o la comunicación sean capaces de crear y distribuir contenidos relevantes, valiosos y atractivos para los usuarios, creando un vínculo entre la marca y el consumidor, buscando ganar la confianza de los visitantes

*Si tu objetivo es crecer en el área del Periodismo Multimedia, entonces este programa es sin duda para ti"*

# 04
# Competencias

Tras superar las evaluaciones de la Maestría en Periodismo Multimedia, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para acometer una comunicación rigurosa y de calidad en distintos formatos, actualizada en base a las últimas tendencias del espectro multimedia, en constante cambio. Todo esto se traduce en la adquisición de las habilidades necesarias para comunicar de forma exitosa cualquier cuestión a través de los formatos actuales y del futuro, desde una perspectiva única e innovadora. Así, este programa es la oportunidad que te permitirá adquirir las competencias necesarias en cuanto a las nuevas maneras de comunicación y transmisión de noticias, las nuevas herramientas y planteamientos y la nueva manera de contar.





*Alcanza las competencias del periodismo del siglo XXI con este programa de alta intensidad de aprendizaje que te permitirá dominar las herramientas del futuro de la profesión”*

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

## Competencias generales

- Ser capaz de desarrollar la profesión de periodista en un entorno digital
- Tener estrategias para desenvolverse periodísticamente en los social media
- Saber aprovechar todas las posibilidades de los smartphones para el periodista
- Ser capaz de analizar problemas con los nuevos instrumentos periodísticos
- Ser capaz de realizar iniciativas periodísticas basadas en el storytelling y en estrategias narrativas
- Saber utilizar las herramientas digitales
- Ser capaz de realizar la base teórica y práctica para el desarrollo de la planificación de un proyecto
- Saber incorporar visualizaciones y tratamientos de datos
- Saber preparar las bases para el periodismo de investigación
- Reconocer en profundidad los productos comunicativos
- Ser capaz de crear un documental para la web
- Utilizar las herramientas de visualización



## Competencias específicas

### Módulo 1. Comunicación digital y sociedad

- Conocer profundamente las características del momento actual de la información periodística
- Ser capaz de describir los nuevos retos
- Tener un dominio suficiente de los nuevos paradigmas

### Módulo 2. Periodismo y social media

- Saber cuál es la situación del periodismo en las plataformas sociales
- Ser capaz de realizar un análisis completo de los social media en relación con el periodismo

### Módulo 3. Cultura audiovisual

- Saber utilizar el lenguaje audiovisual en las diferentes formas
- Poder utilizar los conocimientos acerca del imaginario social

### Módulo 4. Diseño periodístico

- Ser capaz de crear, supervisar y valor un diseño periodístico en todas sus facetas

### Módulo 5. Periodismo móvil

- Conocer a fondo el nuevo MOJO
- Saber cuáles son y cómo se utilizan las herramientas y apps útiles para el periodista
- Ser capaz de narrar a través del móvil

### Módulo 6. Análisis y visualización de datos

- Ser capaz de trabajas con estadísticas y realizar un análisis de la información
- Saber utilizar técnicas de infografía

### Módulo 7. Nuevas formas narrativas

- Saber emplear el storytelling digital
- Utilizar los mecanismos participativos en la elaboración de información
- Saber trabajar en proyectos periodísticos transmedia

### Módulo 8. Herramientas y recursos digitales

- Saber utilizar las herramientas y recursos digitales en la elaboración de una información

### Módulo 9. Dirección de proyectos de comunicación digital

- Realizar una planificación de proyectos
- Ser capaz de desarrollar todas las fases de un proyecto

### Módulo 10. Periodismo de datos

- Saber localizar las fuentes de información
- Ser capaz de realizar un filtrado de datos

### Módulo 11. Periodismo de investigación

- Saber escribir un reportaje de investigación
- Saber utilizar los mecanismos del control de calidad

### Módulo 13. Modelos de negocio y emprendeduría en comunicación digital

- Saber poner en marcha un proyecto de comunicación
- Conocer los modelos de negocio online y como utilizarlos

### Módulo 14. Audiencias y opinión pública

- Saber cómo funcionan las audiencias y ser capaz de interpretar y utilizar este dato.

### Módulo 15. Laboratorio de producción audiovisual y transmedia

- Describir la narrativa transmedia
- Aprender el desarrollo de un proyecto transmedia
- Realizar un prototipo de proyecto transmedia

05

# ¿Por qué nuestro programa?

Realizar la Maestría en TECH supone incrementar las posibilidades del profesional para desarrollarse como periodista en medios digitales y tradicionales. 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 medio digitales y tradicionales 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 comunicador 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 Periodismo Multimedia 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.



*Upgrading...*




*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 Periodismo Multimedia estará preparado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo:

- Redactor de información periodística.
- Redactor responsable de prensa o comunicación institucional
- Analista de tránsito web
- Periodista digital / transmedia
- Periodista de datos
- Gestor de proyectos de comunicación digital
- Editor y gestor de contenidos online

*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 en 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 de hoy, 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 certificado oficial que acredite y reconozca nuestra competencia en aquellos que dominemos. De hecho, ya son muchos las escuelas, las universidades y las empresas que sólo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un certificado 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 poseemos.

TECH ofrece 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 online, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de compentencia lingüística, con la finalidad de prepararte para 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.




*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"*

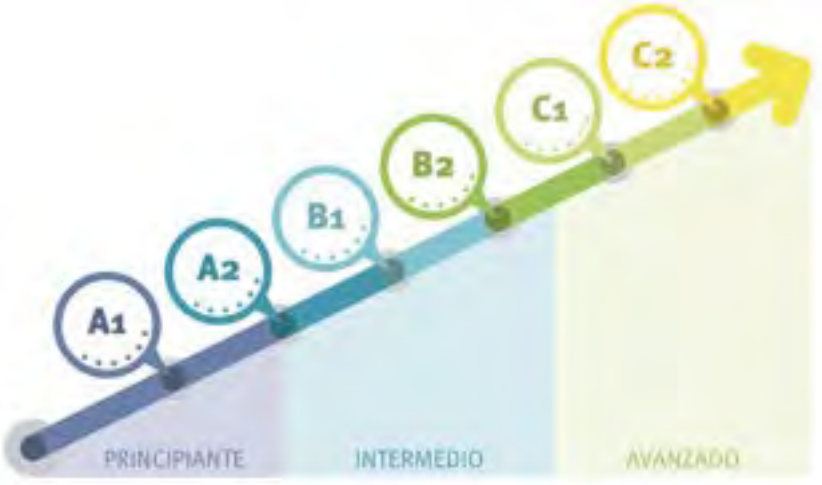




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- 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.

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



# 09
# Dirección del curso

Dentro del concepto de calidad total de este programa, se cuenta con el apoyo de un cuadro docente de altísimo nivel, seleccionado por su amplia y contrastada experiencia en el ámbito periodístico en varias plataformas. Quienes les otorgarán todas las herramientas necesarias a los estudiantes para desempeñar sus funciones en medios digitales y redes sociales. Se trata, por tanto, de una oportunidad única para aprender de los mejores y prosperar dentro de la profesión





*TECH solo cuenta con profesionales altamente cualificados que te darán las herramientas para que prosperes como periodista multimedia"*

## Dirección



### Dr. Loaiza Pérez, Alfonso

- Ha colaborado en medios de comunicación como TV3 y El País y ha publicado el libro "Siempre saltando vallas. Deporte femenino y medios de comunicación" Doctor en Medios, Comunicación y Cultura por la Universitat Autónoma de Barcelona
- Máster en Comunicación Social por la Universitat Pompeu Fabra
- Máster en Periodismo Deportivo por la Universitat Pompeu Fabra
- Licenciado en Comunicación por la Universidad de Sevilla


Store
Facebook

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 Maestría sin trámites ni demoras: empieza a preparar la documentación y entrégala más adelante, en un plazo de seis meses. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no te ocasionen retrasos ni incomodidades para que empieces tu capacitación cuanto antes.





*Desde TECH te ofrecemos un procedimiento de admisión sencillo para que no te ocasionen retrasos ni incomodidades a la hora de empezar tu capacitación"*

### Requisitos de acceso

Para poder acceder a los estudios de Maestría en Periodismo Multimedia es necesario haber concluido una Licenciatura en en Ciencias de la Comunicación, Comunicación, Periodismo, Comunicación Colectiva, Ciencias de la Información, Comunicación Social. En caso de que el alumno no cuente con un título en el área mencionada, deberá acreditar documentalmente que cuenta con un mínimo de 2 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 capacitación, 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 la titulación de Maestría en Periodismo Multimedia obteniendo un título universitario válido por la Secretaría de Educación Pública, y si gustas, la Cédula Profesional de la Dirección General de Profesiones.





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

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

Este plan de estudios se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha 21 de SEPTIEMBRE 2020 y número de acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE): 20211085.

Puedes consultar la validez de este programa en el acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios: **RVOE Maestría en Periodismo Multimedia**

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

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR

Titulación: **Maestría en Periodismo Multimedia**

Nº de RVOE: **20211085**

Fecha de RVOE: **21/09/2020**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 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

Periodismo Multimedia

Con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública, según Acuerdo Nº. 20211085 en virtud de que demostró cumplir con los estudios correspondientes y aprobó conforme titulación automática el 21 Septiembre 2020.

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
# Periodismo Multimedia

Nº de RVOE: **20211085**

Fecha de RVOE: **21/09/2020**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

# Maestría
# Periodismo Multimedia

**Nº de RVOE:** 20211085

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica