

Maestría Oficial Universitaria Periodismo y Crítica de la Moda

Nº de RVOE: 20253193

Aval/Membresía



Society of Professional
Journalists



tech
universidad



Nº de RVOE: 20253193

Maestría Oficial Universitaria Periodismo y Crítica de la Moda

Idioma: Español

Modalidad: 100% en línea

Duración: 2 años

Fecha acuerdo RVOE: 24/09/2025

Acceso web: www.techtitute.com/mx/disenio/maestria-universitaria/maestria-universitaria-periodismo-critica-moda

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Convalidación
de asignaturas

pág. 28

05

Objetivos docentes

pág. 34

06

Salidas profesionales

pág. 40

07

Idiomas gratuitos

pág. 44

08

Metodología de estudio

pág. 48

09

Titulación

pág. 58

10

Homologación del título

pág. 62

11

Requisitos de acceso

pág. 66

12

Proceso de admisión

pág. 70

01

Presentación del programa

El Periodismo y la Crítica de la Moda se han consolidado como disciplinas esenciales para comprender la industria y sus dinámicas culturales. En este sentido, este campo combina análisis estético, social y económico para evaluar tendencias desde una perspectiva informada y rigurosa. Asimismo, la investigación en este ámbito promueve la producción de contenidos críticos, la comprensión de la influencia mediática y la comunicación efectiva con audiencias diversas. Ante este contexto, los expertos requieren desarrollar habilidades analíticas y críticas para interpretar colecciones, campañas publicitarias y comportamientos de consumo. Por esta razón, TECH ha ideado una vanguardista titulación universitaria centrada en la cobertura informativa sobre la Moda. Todo ello, a través de una cómoda modalidad completamente en línea.

Este es el momento, te estábamos esperando





“

Un programa exhaustivo y 100% en línea, exclusivo de TECH y con una perspectiva internacional respaldada por nuestra afiliación con la Society of Professional Journalists”

Según un nuevo informe de la Organización de las Naciones Unidas, la industria global de la Moda ha alcanzado un valor estimado de 1.7 billones de dólares, con un crecimiento proyectado que podría superar los 3 billones de dólares de cara a los próximos años. Este dinamismo económico ha generado una demanda creciente de contenidos especializados que analicen y contextualicen las tendencias emergentes, posicionando al Periodismo de Moda como una disciplina esencial para comprender las complejidades del sector. En este escenario, los expertos precisan mantenerse a la vanguardia de las últimas innovaciones en este campo para ofrecer análisis precisos y pertinentes que respondan a las transformaciones rápidas de la industria.

Ante esta premisa, TECH presenta una exclusiva Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda. Diseñada por referentes en este campo, el itinerario académico profundizará en el análisis de tendencias globales y las metodologías de investigación aplicadas al sector. Asimismo, se ahondará en las particularidades de la comunicación digital, redacción especializada, fotografía y edición de contenidos. Gracias a esto, los profesionales desarrollarán competencias críticas y creativas avanzadas que les permitirán evaluar colecciones, campañas publicitarias y comportamientos de consumo. Así, fomentarán una comprensión integral sobre la industria y tendrán la capacidad de generar contenidos innovadores y reflexivos para audiencias diversas.

En cuanto a la metodología, esta opción académica se desarrollará completamente en línea y se respaldará en la disruptiva metodología del *Relearning* para impulsar un aprendizaje eficiente y natural. De este modo, los profesionales solamente necesitarán de un dispositivo con internet para acceder al Campus Virtual.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de la **Society of Professional Journalists (SPJ)**, el alumno podrá acceder a contenidos especializados sobre ética informativa, libertad de prensa y buenas prácticas profesionales. Además, tendrá la oportunidad de participar en eventos y actividades organizadas con la SPJ, ampliando su red de contactos y fortaleciendo su desarrollo profesional en un entorno periodístico internacional y en constante evolución.





“

Desarrollarás habilidades avanzadas para comunicar tendencias de Moda de manera crítica y rigurosa”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

Te damos +

“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad en línea del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad en línea del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistuba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje en línea, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia en línea única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien en línea y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad en línea oficial de la NBA

TECH es la universidad en línea oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

La presente Maestría Oficial Universitaria ha sido creada por reconocidos expertos en Periodismo y Crítica de la Moda. Así, el plan de estudios ahondará en aspectos que comprenden desde el análisis de tendencias, hasta la producción de contenidos periodísticos especializados y la gestión de plataformas digitales. Además, el temario abordará técnicas de investigación, redacción Crítica y comunicación visual. De esta forma, los diseñadores obtendrán habilidades avanzadas para evaluar colecciones, diseñadores y movimientos culturales. Todo ello, garantizando un enfoque ético, profesional y creativo en el ejercicio del profesional.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*





“

Profundizarás en el uso de herramientas tecnológicas de vanguardia para la difusión de información sobre Moda”

En adición, este programa universitario se basará en la disruptiva metodología del *Relearning* para favorecer una capacitación progresiva a la par que natural. Como resultado, los especialistas se olvidarán de dedicar largas horas al aprendizaje. De hecho, tan solo requerirán un dispositivo electrónico con conexión a internet para adentrarse en el Campus Virtual. Allí tendrán a su alcance una variedad de píldoras multimedia de apoyo en formatos como los vídeos en detalle, las lecturas especializadas o los resúmenes interactivos.

“

Promoverás el pensamiento analítico aplicado al Diseño, colecciones y movimientos culturales de Moda”

Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría Oficial Universitaria se ofrece 100% en línea, por lo que el alumno podrá cursarla desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su *smartphone*. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a Internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico, gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.





En esta Maestría con RVOE, el alumnado dispondrá de 11 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 2 años de estudio.

Asignatura 1	Historia de la indumentaria
Asignatura 2	Historia de las maestras de la Moda
Asignatura 3	Historia de la Moda
Asignatura 4	Relación de la Moda en el arte
Asignatura 5	Historia de los maestros de la Moda
Asignatura 6	Fundamentos del Periodismo
Asignatura 7	Prensa especializada en Moda y lujo
Asignatura 8	Revistas
Asignatura 9	Canales de comunicación en Moda
Asignatura 10	Psicología de la comunicación
Asignatura 11	Metodología de la investigación

Así, los contenidos académicos de estas asignaturas abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1. Historia de la indumentaria

- 1.1. Prehistoria
 - 1.1.1. Introducción
 - 1.1.2. Las civilizaciones prehistóricas
 - 1.1.3. El comercio de los tiempos prehistóricos
 - 1.1.4. El traje de la prehistoria
 - 1.1.5. Las pieles y las peleterías
 - 1.1.6. Los tejidos y las técnicas
 - 1.1.7. Las concordancias cronológicas y las similitudes en el traje prehistórico
- 1.2. Edad Antigua: Egipto y Mesopotamia
 - 1.2.1. Egipto
 - 1.2.2. El pueblo asirio
 - 1.2.3. El pueblo persa
- 1.3. Edad Antigua: La Grecia clásica
 - 1.3.1. El traje cretense
 - 1.3.2. Los tejidos utilizados en la Antigua Grecia
 - 1.3.3. Las prendas de la Antigua Grecia
 - 1.3.4. Ropa interior de la Antigua Grecia
 - 1.3.5. Calzado de la Antigua Grecia
 - 1.3.6. Sombreros y tocados de la Antigua Grecia
 - 1.3.7. Colores y adornos de la Antigua Grecia
 - 1.3.8. Complementos de la Antigua Grecia
- 1.4. Edad Antigua: el Imperio Romano
 - 1.4.1. Los tejidos de la Antigua Roma
 - 1.4.2. Las prendas de la Antigua Roma
 - 1.4.3. Ropa interior de la Antigua Roma
 - 1.4.4. Calzado de la Antigua Roma
 - 1.4.5. Sombreros y tocados de la Antigua Roma
 - 1.4.6. Relación del estatus social y la vestimenta en la Antigua Roma
 - 1.4.7. El estilo bizantino
- 1.5. Alta Edad Media y Baja Edad Media
 - 1.5.1. Rasgos históricos generales de la época medieval
 - 1.5.2. El traje en los inicios de la época medieval
 - 1.5.3. El traje en el período carolingio
 - 1.5.4. El traje en la época románica
 - 1.5.5. El traje gótico
- 1.6. La Edad Moderna: Renacimiento, Barroco y Rococó
 - 1.6.1. Siglo XV y XVI: Renacimiento
 - 1.6.2. Siglo XVII: Barroco
 - 1.6.3. Siglo XVIII: Rococó
- 1.7. Edad Contemporánea: Neoclasicismo y Romanticismo
 - 1.7.1. La industria de la indumentaria
 - 1.7.2. Charles Frederick Worth
 - 1.7.3. Jacques Doucet
 - 1.7.4. La indumentaria femenina
 - 1.7.5. Josefina Bonaparte: el estilo imperio
- 1.8. Edad Contemporánea: época victoriana y la bella época
 - 1.8.1. La Reina Victoria
 - 1.8.2. La indumentaria masculina
 - 1.8.3. Dandy
 - 1.8.4. Paul Poiret
 - 1.8.5. Madeleine Vionnet
- 1.9. Edad Contemporánea: de indumentaria a Moda
 - 1.9.1. Nuevo contexto y cambio social
 - 1.9.2. Diseñadores de Moda
 - 1.9.3. Coco Chanel
 - 1.9.4. El nuevo estilo
- 1.10. Edad Contemporánea: el siglo de los diseñadores y la Moda
 - 1.10.1. El vestir moderno
 - 1.10.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
 - 1.10.3. La escena londinense

Asignatura 2. Historia de las maestras de la Moda

- 2.1. Jeanne Lanvin
 - 2.1.1. Biografía
 - 2.1.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.1.3. Obra y aportaciones
- 2.2. Jeanne Paquin
 - 2.2.1. Biografía
 - 2.2.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.2.3. Obra y aportaciones
- 2.3. Emilie Flöge
 - 2.3.1. Biografía
 - 2.3.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.3.3. Obra y aportaciones
- 2.4. Madeleine Vionnet
 - 2.4.1. Biografía
 - 2.4.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.4.3. Obra y aportaciones
- 2.5. Gabrielle Chanel
 - 2.5.1. Biografía
 - 2.5.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.5.3. Obra y aportaciones
- 2.6. Elsa Schiaparelli
 - 2.6.1. Biografía
 - 2.6.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.6.3. Obra y aportaciones
- 2.7. Carolina Herrera
 - 2.7.1. Biografía
 - 2.7.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.7.3. Obra y aportaciones

- 2.8. Miuccia Prada
 - 2.8.1. Biografía
 - 2.8.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.8.3. Obra y aportaciones
- 2.9. Donatella Versace
 - 2.9.1. Biografía
 - 2.9.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.9.3. Obra y aportaciones
- 2.10. Stella McCartney
 - 2.10.1. Biografía
 - 2.10.2. Contexto donde se desarrolló
 - 2.10.3. Obra y aportaciones

Asignatura 3. Historia de la Moda

- 3.1. De indumentaria a Moda
 - 3.1.1. Nuevo contexto y cambio social
 - 3.1.2. La liberación de la mujer
 - 3.1.3. Nuevo concepto de diseñador de Moda
 - 3.1.4. Comienzos del siglo XX
- 3.2. El vestir moderno
 - 3.2.1. El vestir moderno
 - 3.2.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
 - 3.2.3. La escena londinense
 - 3.2.4. Nueva York en los años 70s
 - 3.2.5. La Moda de los 80s
 - 3.2.6. Los grupos de lujo multimarca
 - 3.2.7. Una Moda funcional
 - 3.2.8. Ropa deportiva
 - 3.2.9. La Moda, el arte y la cultura pop
 - 3.2.10. Celebridades
 - 3.2.11. Fotografía e internet

- 3.3. Jeanne Lanvin
 - 3.3.1. Jeanne Paquin
 - 3.3.2. Emilie Flöge
 - 3.3.3. Madeleine Vionnet
 - 3.3.4. Gabrielle Chanel
 - 3.3.5. Elsa Schiaparelli
 - 3.3.6. Carolina Herrera
- 3.4. Grandes maestros de la Moda
 - 3.4.1. Charles Frederick Worth
 - 3.4.2. Jacques Doucet
 - 3.4.3. Paul Poiret
 - 3.4.4. Cristóbal Balenciaga
 - 3.4.5. Christian Dior
 - 3.4.6. Karl Lagerfeld
 - 3.4.7. Alexander McQueen
- 3.5. Alta costura
 - 3.5.1. Historia de la alta costura
 - 3.5.2. Federación de Alta Costura y Moda
 - 3.5.3. Miembros de la federación
 - 3.5.4. De alta costura a listo para llevar (*prêt-à-porter*)
- 3.6. Artesanía
 - 3.6.1. Los tejidos como arte
 - 3.6.2. Artesanías que complementan el vestir
 - 3.6.3. Artistas y artesanos relacionados con la Moda
- 3.7. Moda rápida
 - 3.7.1. Historia y origen de la Moda rápida
 - 3.7.2. Modelo de negocio de la Moda rápida
 - 3.7.3. Repercusión de la Moda rápida en el mundo
- 3.8. Publicidad y fotografía en Moda
 - 3.8.1. Arquetipos y estereotipos
 - 3.8.2. La imagen Moda
 - 3.8.3. Comunicación visual de la Moda
 - 3.8.4. Los grandes fotógrafos de Moda

- 3.9. Repercusión de la Moda
 - 3.9.1. La industria textil
 - 3.9.2. Relación del arte y la Moda
- 3.10. Teoría y Crítica de Moda
 - 3.10.1. Diseñadores actuales y su influencia
 - 3.10.2. Tendencias actuales
 - 3.10.3. La banalización de la Moda

Asignatura 4. Relación de la Moda en el arte

- 4.1. Percepción y análisis de la obra de arte
 - 4.1.1. La obra artística en su contexto histórico
 - 4.1.2. Trecento italiano
 - 4.1.3. *Quattrocento* italiano
- 4.2. Bases del vestir moderno
 - 4.2.1. El despegue económico: dinamismo y especialización de los oficios del vestir
 - 4.2.2. Afianzamiento de las monarquías
 - 4.2.2.1. Cortes principescas
 - 4.2.2.2. Borgoña
 - 4.2.2.3. Corona de Aragón
 - 4.2.3. Factores culturales y sociales
 - 4.2.3.1. Rivalidad de clases
 - 4.2.3.2. Nuevas relaciones amorosas
- 4.3. El auge del comercio
 - 4.3.1. Cinquecento italiano
 - 4.3.2. El dominio español
 - 4.3.3. Auge del comercio: la burguesía mercantil y financiera
 - 4.3.4. Inicios de la Revolución Industrial (siglo XVII y XVIII)
- 4.4. La manufacturación
 - 4.4.1. Pintura y escultura Barroca
 - 4.4.2. Pintura y escultura Rococó
 - 4.4.3. Organización y situación de las primeras manufacturas estatales en Europa
 - 4.4.4. La situación de los países mediterráneos en la crisis económica del siglo XVII
 - 4.4.5. La situación de los países protestantes en la economía del siglo XVII



- 4.5. La Ilustración
 - 4.5.1. Desarrollo e influencias de la política de Francia en Europa del siglo XVII
 - 4.5.2. Consecuencias políticas y religiosas de la Ilustración
 - 4.5.3. Avances tecnológicos y científicos en el siglo XVIII
 - 4.5.3.1. Influencias en la sociedad y la economía
- 4.6. Inicios del diseño de Moda
 - 4.6.1. Los grandes consumidores del s. XIX: la confusión en el vestir
 - 4.6.2. Imitación y diferenciación competitiva entre clases sociales
 - 4.6.3. Pintura romántica y realista
 - 4.6.4. Inicios del diseño de Moda
 - 4.6.5. Renovación pictórica y ornamental de la 2ª mitad siglo XIX
- 4.7. La Revolución Industrial
 - 4.7.1. Los impresionistas y postimpresionistas
 - 4.7.2. Cambio en las estructuras políticas y sociales a partir de la Revolución Francesa
 - 4.7.3. Transformaciones socioeconómicas producidas con la primera Revolución Industrial
 - 4.7.4. La primera Revolución Industrial
 - 4.7.5. La segunda Revolución Industrial: gran capitalismo
 - 4.7.6. Burguesía y proletariado en el siglo XIX
- 4.8. Arte moderno
 - 4.8.1. Inicios del siglo XX
 - 4.8.2. Cubismo
 - 4.8.3. Expresionismo
 - 4.8.4. Surrealismo
 - 4.8.5. Neoplasticismo
 - 4.8.6. Constructivismo ruso
 - 4.8.7. El movimiento moderno
 - 4.8.8. La popularización de la Moda
 - 4.8.9. El siglo de los diseñadores de Moda

- 4.9. Posmodernidad
 - 4.9.1. La abstracción postpictórica
 - 4.9.2. El arte óptico
 - 4.9.3. Arte minimalista
 - 4.9.4. El arte pop
 - 4.9.5. Desarrollo de la tecnología
 - 4.9.6. Situación de las mujeres en la 1ª Guerra Mundial
- 4.10. La globalización
 - 4.10.1. Cambios culturales y sexuales en las décadas de los años 50, 60 y 70 en el siglo XX
 - 4.10.2. El modo de vida americano
 - 4.10.3. Progresos tecnológicos y científicos después la 2ª Guerra Mundial

Asignatura 5. Historia de los maestros de la Moda

- 5.1. Charles Frederick Worth
 - 5.1.1. Biografía
 - 5.1.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.1.3. Obra y aportaciones
- 5.2. Jacques Doucet
 - 5.2.1. Biografía
 - 5.2.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.2.3. Obra y aportaciones
- 5.3. Mariano Fortuny
 - 5.3.1. Biografía
 - 5.3.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.3.3. Obra y aportaciones
- 5.4. Paul Poiret
 - 5.4.1. Biografía
 - 5.4.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.4.3. Obra y aportaciones
- 5.5. Jean Patou
 - 5.5.1. Biografía
 - 5.5.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.5.3. Obra y aportaciones

- 5.6. Cristóbal Balenciaga
 - 5.6.1. Biografía
 - 5.6.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.6.3. Obra y aportaciones
- 5.7. Christian Dior
 - 5.7.1. Biografía
 - 5.7.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.7.3. Obra y aportaciones
- 5.8. Karl Lagerfeld
 - 5.8.1. Biografía
 - 5.8.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.8.3. Obra y aportaciones
- 5.9. Yves Saint Laurent
 - 5.9.1. Biografía
 - 5.9.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.9.3. Obra y aportaciones
- 5.10. Alexander McQueen
 - 5.10.1. Biografía
 - 5.10.2. Contexto donde se desarrolló
 - 5.10.3. Obra y aportaciones

Asignatura 6. Fundamentos del Periodismo

- 6.1. Definición y tipos de periódicos
 - 6.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como Ciencia Social
 - 6.1.2. Conceptos clave: comunicación, información y Periodismo
 - 6.1.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad
 - 6.1.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación
 - 6.1.5. Definición y características del diario
 - 6.1.5.1. Historia
 - 6.1.5.2. Temáticas
 - 6.1.5.3. Precio de venta
 - 6.1.5.4. Formato
 - 6.1.6. Los contenidos del diario
 - 6.1.6.1. Secciones

- 6.2. Principales herramientas periodísticas
 - 6.2.1. Introducción
 - 6.2.2. Principales herramientas periodísticas
 - 6.2.3. Criterios de selección
 - 6.2.3.1. ¿Qué son?
 - 6.2.3.2. Clasificaciones
 - 6.2.3.3. Relación con la actualidad
- 6.3. Elementos del periódico
 - 6.3.1. Introducción
 - 6.3.2. Elementos del periódico
 - 6.3.3. Diferentes elementos
- 6.4. El periodista y sus capacidades o habilidades periodísticas
 - 6.4.1. Introducción
 - 6.4.2. El periodista y sus habilidades o capacidades periodísticas
 - 6.4.3. Debate sobre la profesión periodística
 - 6.4.4. Actitudes
 - 6.4.4.1. Actitudes prácticas
 - 6.4.4.2. Actitudes intelectuales y morales
- 6.5. La organización de un periódico
 - 6.5.1. Introducción
 - 6.5.2. Dos estructuras en una: la empresa y la redacción
 - 6.5.3. Principios editoriales
 - 6.5.4. Estatutos de redacción
 - 6.5.4.1. Roles en la redacción
 - 6.5.5. Epílogo: de la versión digital a la edición digital
- 6.6. El trabajo periodístico
 - 6.6.1. Introducción
 - 6.6.2. El trabajo periodístico
 - 6.6.3. Qué es y cómo se organiza una redacción
 - 6.6.4. A diario
 - 6.6.5. La planificación a largo plazo
 - 6.6.6. Trabajo individual y colectivo
 - 6.6.6.1. Trabajos individuales
 - 6.6.6.2. Trabajos colectivos
 - 6.6.6.3. Libros de estilo
- 6.7. Deontología periodística
 - 6.7.1. Introducción
 - 6.7.2. Origen y evolución histórica
 - 6.7.2.1. El Informe Hutchins
 - 6.7.2.2. El Informe McBride
 - 6.7.3. Una forma de regular la profesión
 - 6.7.4. Funciones de la autorregulación
 - 6.7.5. Códigos deontológicos
- 6.8. Tipos de Periodismo
 - 6.8.1. Introducción
 - 6.8.2. Periodismo de investigación
 - 6.8.2.1. Cualidades del periodista de investigación
 - 6.8.2.2. Esquema Williams
 - 6.8.2.3. Técnicas de investigación-innovación
 - 6.8.3. Periodismo de precisión
 - 6.8.3.1. Especializaciones del Periodismo de precisión
 - 6.8.4. Periodismo de servicio
 - 6.8.4.1. Características temáticas
 - 6.8.5. La especialización periodística
 - 6.8.6. Desarrollo de la información especializada
- 6.9. Periodismo y retórica
 - 6.9.1. Introducción
 - 6.9.2. Separación información-opinión
 - 6.9.3. Las teorías de los géneros periodísticos
 - 6.9.4. Aportaciones de la retórica
 - 6.9.5. La elocución

- 6.10. El Periodismo como actor político
 - 6.10.1. Introducción
 - 6.10.2. El periódico según los teóricos
 - 6.10.3. El periódico, actor de conflicto
 - 6.10.3.1. El periódico como comunicación
 - 6.10.3.2. El periódico en los niveles extra, ínter, intra
 - 6.10.4. El periódico como pacificador
 - 6.10.4.1. Mecanismo de alarma
 - 6.10.4.2. Creador de atmósferas, movilizador para la paz
 - 6.10.5. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas
 - 6.10.6. El periódico como institución misionera
 - 6.10.7. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio
 - 6.10.8. El periódico como narrador y participante de conflictos
- 6.11. El Periodismo como actor social
 - 6.11.1. Introducción
 - 6.11.2. El periódico como intérprete y mediador
 - 6.11.3. El periódico como miembro del sistema político y como sistema parapolítico
 - 6.11.4. El periódico como informador y pseudocomunicador político
 - 6.11.5. El periódico como destinatario de las políticas comunicativas de otros actores sociales

Asignatura 7. Prensa especializada en Moda y lujo

- 7.1. La comunicación en la prensa especializada
 - 7.1.1. Los medios de comunicación especializados en Moda y belleza, la prensa femenina
 - 7.1.2. El papel de la agencia de comunicación en la comunicación
 - 7.1.3. El valor actual de la prensa fuera de línea
- 7.2. Evolución de los modelos de la comunicación en las Relaciones Públicas (RRPP)
 - 7.2.1. Concepto de las Relaciones Públicas
 - 7.2.2. Aproximación teórica a los modelos clásicos de Relaciones Públicas (Grunig y Hunt)
 - 7.2.3. Hacia un nuevo planteamiento de las Relaciones Públicas, el 5º modelo
- 7.3. La comunicación persuasiva en las Relaciones Públicas (RRPP)
 - 7.3.1. Componente persuasivo e informativo de las Relaciones Públicas
 - 7.3.2. Diferenciación entre las Relaciones Públicas y la actividad periodística
 - 7.3.3. La función de las Relaciones Públicas frente a la función de la mercadotecnia y la publicidad
- 7.4. Herramientas para la comunicación con la prensa
 - 7.4.1. El gabinete de prensa y su funcionamiento
 - 7.4.2. Los materiales de prensa útiles
 - 7.4.3. Cómo construir una nota de prensa eficaz
- 7.5. Planificación y estrategia de comunicación en Moda y belleza
 - 7.5.1. Estudio previo
 - 7.5.2. El método alcanzar, actuar, convertir, participar (RACE)
 - 7.5.3. El plan de comunicación
- 7.6. Acciones de comunicación y eventos para la Moda y Belleza
 - 7.6.1. Tipos de comunicación al servicio de las marcas
 - 7.6.2. Criterios para seleccionar las acciones de comunicación
 - 7.6.3. Diseño de actividades y configuración de la agenda en belleza y Moda
- 7.7. La medición de resultados
 - 7.7.1. La necesidad de monitorización de las Relaciones Públicas
 - 7.7.2. Herramientas clásicas de medición cuantitativa
 - 7.7.3. La importancia de la valoración cualitativa
- 7.8. Errores a evitar en la comunicación y el ámbito de las Relaciones Públicas (RRPP)
 - 7.8.1. Restar importancia de los medios
 - 7.8.2. Exceso de contenido y falta de relevancia
 - 7.8.3. Improvisación vs planificación
- 7.9. Ética y perspectiva psicosocial
 - 7.9.1. Las Relaciones Públicas en el siglo XXI: entre el progreso y el bienestar social
 - 7.9.2. Responsabilidad social y Relaciones Públicas
 - 7.9.3. La ética de las Relaciones Públicas: autoconciencia, independencia y compromiso

- 7.10. Últimas tendencias y estudios en las Relaciones Públicas
 - 7.10.1. Las nuevas Relaciones Públicas, más sociales que nunca
 - 7.10.2. Comunicación emocional y neuromercadotecnia
 - 7.10.3. Ideas clave de los consumidores actuales

Asignatura 8. Revistas

- 8.1. Qué es una revista
 - 8.1.1. Introducción
 - 8.1.2. Qué es una revista. Sus especificidades y el mercado editorial
 - 8.1.3. Especificidades de la revista
 - 8.1.4. Mercado de revistas: cuestiones generales
 - 8.1.5. Grandes grupos editoriales de revistas
- 8.2. El lector de revistas
 - 8.2.1. Introducción
 - 8.2.2. El lector de revistas
 - 8.2.3. Encontrar y fidelizar al lector
 - 8.2.4. El lector de revistas impresas
 - 8.2.5. El lector de revistas digitales
 - 8.2.6. Lectores y publicidad
- 8.3. Creación y vida de una revista
 - 8.3.1. Introducción
 - 8.3.2. La creación de una revista
 - 8.3.3. El nombre
 - 8.3.4. El ciclo de vida de una revista
- 8.4. Segmentación y especialización de las revistas
 - 8.4.1. Introducción
 - 8.4.2. Segmentación y especialización de las revistas
 - 8.4.3. Tipos de revista
 - 8.4.3.1. Revistas culturales
 - 8.4.3.2. Revistas del corazón
 - 8.4.3.3. Suplementos
- 8.5. Estructura y contenidos de las revistas
 - 8.5.1. Introducción
 - 8.5.2. La mancheta
 - 8.5.3. La estructura
 - 8.5.4. Los contenidos
- 8.6. Nacimiento y desarrollo de las revistas en Europa y Estados Unidos
 - 8.6.1. Introducción
 - 8.6.2. Los inicios: entre el siglo XVI y el XVIII. De las relaciones a las gacetas
 - 8.6.3. El siglo XIX en Europa
 - 8.6.4. Balance del siglo XIX
- 8.7. El siglo XX: la consolidación de la revista moderna
 - 8.7.1. Introducción
 - 8.7.2. Las primeras décadas del siglo XX en las revistas europeas
 - 8.7.3. Estados Unidos entre los años veinte y los sesenta: el segundo *boom* de las revistas
 - 8.7.4. Europa tras la Segunda Guerra Mundial: las revistas a partir de los años 40
 - 8.7.5. De los años 60 en adelante: la revista renovada
- 8.8. Hitos en la historia de las revistas estadounidenses
 - 8.8.1. Introducción
 - 8.8.2. *National Geographic*, un hito en las revistas de divulgación
 - 8.8.3. *Time*, un hito en los semanarios de información o *news magazines*
 - 8.8.4. *Reader's Digest*, un hito en las revistas de revistas
 - 8.8.5. *The New Yorker*, un hito en las revistas de opinión y cultura
- 8.9. Las revistas en Europa
 - 8.9.1. Introducción
 - 8.9.2. Difusión
 - 8.9.3. Principales revistas por países
- 8.10. Las revistas en Latinoamérica
 - 8.10.1. Introducción
 - 8.10.2. Origen
 - 8.10.3. Principales revistas por países

Asignatura 9. Canales de comunicación en Moda

- 9.1. La influencia y otras estrategias de poder en los nuevos canales digitales
 - 9.1.1. Las estrategias de poder vinculadas a la comunicación de Moda
 - 9.1.2. Ejercer la influencia en el ámbito de las redes sociales
 - 9.1.3. La gestión de los nuevos líderes digitales
- 9.2. La elección del canal de comunicación
 - 9.2.1. La nueva opinión pública: dirigir a las masas de uno en uno
 - 9.2.2. ¿Qué es la teoría Forrester?
 - 9.2.3. Aplicación de la teoría Forrester de investigación a la industria de la Moda
- 9.3. El poder del lenguaje audiovisual y la comunicación no verbal
 - 9.3.1. La creciente cuota de mercado de la comunicación no verbal
 - 9.3.2. El impacto del mensaje audiovisual en la Moda
 - 9.3.3. Composición del discurso fotográfico en las redes sociales
- 9.4. Evolución y funcionamiento de las redes sociales en la industria de la Moda
 - 9.4.1. Etapas de surgimiento y evolución del Internet
 - 9.4.2. La estrategia multicanal dentro de las redes sociales de Moda
 - 9.4.3. ¿Qué es una red social? Diferencias con los canales tradicionales
- 9.5. Facebook, la gran base de datos
 - 9.5.1. La comunicación transversal
 - 9.5.2. El interés de la comunidad
 - 9.5.3. Modelos de presencia en Facebook
- 9.6. Instagram, mucho más que fotos de Moda
 - 9.6.1. Los mensajes emocionales y la gestión de la empatía
 - 9.6.2. La intimidad del día a día en imágenes
 - 9.6.3. Destacar en la red social más importante de la Moda
- 9.7. El contenido profesional de LinkedIn
 - 9.7.1. La creación de la marca personal
 - 9.7.2. Los mensajes cognitivos en una marca de Moda
 - 9.7.3. Gestión de las relaciones con la competencia

- 9.8. La politización de Twitter
 - 9.8.1. La comunicación impulsiva y omnidireccional
 - 9.8.2. El mensaje directo y la creación de contenidos en 20 caracteres
 - 9.8.3. El impacto de los titulares: de la profundidad a la ligereza
- 9.9. TikTok, más allá de la generación Z
 - 9.9.1. La revolución audiovisual y la aceleración de los cambios de look en un contexto Moda lenta
 - 9.9.2. La democratización en la creación de contenidos audiovisuales
 - 9.9.3. La Moda como hecho noticioso y noticiable
- 9.10. YouTube, como exponente del contenido audiovisual
 - 9.10.1. La gestión de las expectativas en la creación de contenidos audiovisuales
 - 9.10.2. Mapa de contenidos en YouTube sobre Moda, belleza y lujo
 - 9.10.3. Nuevas tendencias en la opinión pública: los microinfluenciadores

Asignatura 10. Psicología de la comunicación

- 10.1. Historia de la Psicología
 - 10.1.1. Introducción
 - 10.1.2. Comenzamos con el estudio de la Psicología
 - 10.1.3. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
 - 10.1.4. Paradigmas y etapas en la Psicología
 - 10.1.5. La ciencia cognitiva
- 10.2. Psicología social
 - 10.2.1. Introducción
 - 10.2.2. Comenzando con el estudio de la Psicología social: la influencia
 - 10.2.3. Empatía, altruismo y conducta de ayuda
- 10.3. Cognición social
 - 10.3.1. Introducción
 - 10.3.2. Pensar y conocer, necesidades vitales
 - 10.3.3. La cognición social
 - 10.3.4. Organizando la información
 - 10.3.5. El pensamiento: prototípico o categorial
 - 10.3.6. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
 - 10.3.7. El procesamiento automático de la información

- 10.4. Psicología de la personalidad
 - 10.4.1. Introducción
 - 10.4.2. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
 - 10.4.3. La autoconciencia
 - 10.4.4. La autoestima
 - 10.4.5. El autoconocimiento
 - 10.4.6. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
 - 10.4.7. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
 - 10.4.8. Una nueva perspectiva en el estudio de la personalidad. La personalidad narrativa
- 10.5. Las emociones
 - 10.5.1. Introducción
 - 10.5.2. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
 - 10.5.3. La naturaleza de las emociones
 - 10.5.3.1. La emoción como preparación para la acción
 - 10.5.4. Emociones y personalidad
 - 10.5.5. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales
- 10.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
 - 10.6.1. Introducción
 - 10.6.2. Las actitudes
 - 10.6.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
 - 10.6.4. El modelo de probabilidad de elaboración
 - 10.6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
 - 10.6.5.1. Una perspectiva histórica
- 10.7. El emisor
 - 10.7.1. Introducción
 - 10.7.2. La fuente de la comunicación persuasiva
 - 10.7.3. Características de la fuente. La credibilidad
 - 10.7.4. Características de la fuente. El atractivo
 - 10.7.5. Características del emisor. El poder
 - 10.7.6. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
 - 10.7.7. Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria
- 10.8. El mensaje
 - 10.8.1. Introducción
 - 10.8.2. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
 - 10.8.3. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
 - 10.8.4. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo
- 10.9. El receptor
 - 10.9.1. Introducción
 - 10.9.2. El papel del receptor según el modelo de probabilidad de elaboración
 - 10.9.3. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
 - 10.9.4. Necesidad de estima y comunicación
- 10.10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación
 - 10.10.1. Introducción
 - 10.10.2. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
 - 10.10.3. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
 - 10.10.4. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
 - 10.10.5. Las teorías de sistemas de procesamiento duales
 - 10.10.5.1. Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales

Asignatura 11. Metodología de la investigación

- 11.1. Fundamentos de la investigación
 - 11.1.1. ¿Qué es la investigación?
 - 11.1.1.1. Definición y concepto
 - 11.1.1.2. Importancia y propósito
 - 11.1.1.3. Tipos de investigación
 - 11.1.2. Paradigmas de investigación
 - 11.1.2.1. Positivista
 - 11.1.2.2. Constructivista
 - 11.1.2.3. Sociocrítico
 - 11.1.2.4. Interpretativo
 - 11.1.2.5. Postpositivista
 - 11.1.3. Enfoques metodológicos
 - 11.1.3.1. Cualitativo
 - 11.1.3.2. Cuantitativo
 - 11.1.3.3. Mixto

- 11.2. El problema
 - 11.2.1. Formulación del problema de investigación
 - 11.2.1.1. Identificación y delimitación del problema
 - 11.2.1.2. Construcción de preguntas de investigación
 - 11.2.1.3. Establecimiento de objetivos de investigación
 - 11.2.1.4. Hipótesis o supuesto de investigación
- 11.3. El marco teórico
 - 11.3.1. Revisión de literatura
 - 11.3.2. Desarrollo del marco conceptual
 - 11.3.3. Criterios de selección de referentes teóricos significativos y pertinentes para el objeto de estudio
 - 11.3.4. Estado del arte
 - 11.3.5. Articulación discursiva de corrientes teóricas seleccionadas con el objeto de estudio
- 11.4. El diseño metodológico
 - 11.4.1. Selección de métodos y técnicas de investigación
 - 11.4.2. Diseño de instrumentos de recolección de datos
 - 11.4.3. Muestreo y selección de la muestra
- 11.5. Recolección y análisis de datos
 - 11.5.1. Proceso de recolección de datos
 - 11.5.2. Técnicas de recolección de datos cualitativos
 - 11.5.3. Técnicas de recolección de datos cuantitativos
 - 11.5.4. Análisis de datos
 - 11.5.4.1. Análisis estadístico
 - 11.5.4.2. Análisis cualitativo
 - 11.5.4.3. Triangulación de datos
- 11.6. Herramientas avanzadas de investigación
 - 11.6.1. *Software* especializado
 - 11.6.1.1. Análisis estadístico con SPSS
 - 11.6.1.2. Análisis cualitativo con NVivo o Atlas.ti
 - 11.6.2. Técnicas de visualización de datos
 - 11.6.2.1. Gráficos, diagramas, mapas semánticos



- 11.7. Interpretación y presentación de resultados
 - 11.7.1. Interpretación de hallazgos
 - 11.7.1.1. Significado y relevancia de los resultados
 - 11.7.1.2. Implicaciones prácticas
 - 11.7.2. Presentación de resultados
- 11.8. Ética y aspectos legales en la investigación
 - 11.8.1. Principios éticos de investigación
 - 11.8.1.1. Consentimiento informado
 - 11.8.1.2. Confidencialidad y privacidad
 - 11.8.2. Aspectos legales
 - 11.8.3. Normativas y regulaciones
 - 11.8.4. Responsabilidad del investigador
- 11.9. Informe de investigación y la elaboración de artículo científico
 - 11.9.1. Orientación sobre la redacción del manuscrito, incluyendo la sección de introducción, metodología, resultados y discusión
 - 11.9.2. Preparación para la presentación oral del informe
 - 11.9.3. Estrategias para comunicar efectivamente los hallazgos. Respuestas a preguntas y críticas durante la defensa
 - 11.9.4. Estructura y estilo requeridos para la publicación en revistas científicas
 - 11.9.4.1. Criterios de selección de revistas adecuadas para la publicación
 - 11.9.5. Elaboración de artículo científico



Destacarás por tu capacidad para fomentar la ética y responsabilidad profesional en la Crítica de la Moda”

04

Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Maestría Oficial Universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un Estudio de Convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



“

Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo”

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Maestría Oficial Universitaria.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Maestría Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Maestría Oficial Universitaria.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:



Matricúlate en la Maestría Oficial Universitaria y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita”



¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Maestría Oficial Universitaria tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Maestría Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda “EQ” en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.



¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.



¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico convalidaciones@techtitute.com adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en la Maestría Oficial Universitaria, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.



¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente



¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La Opinión Técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.

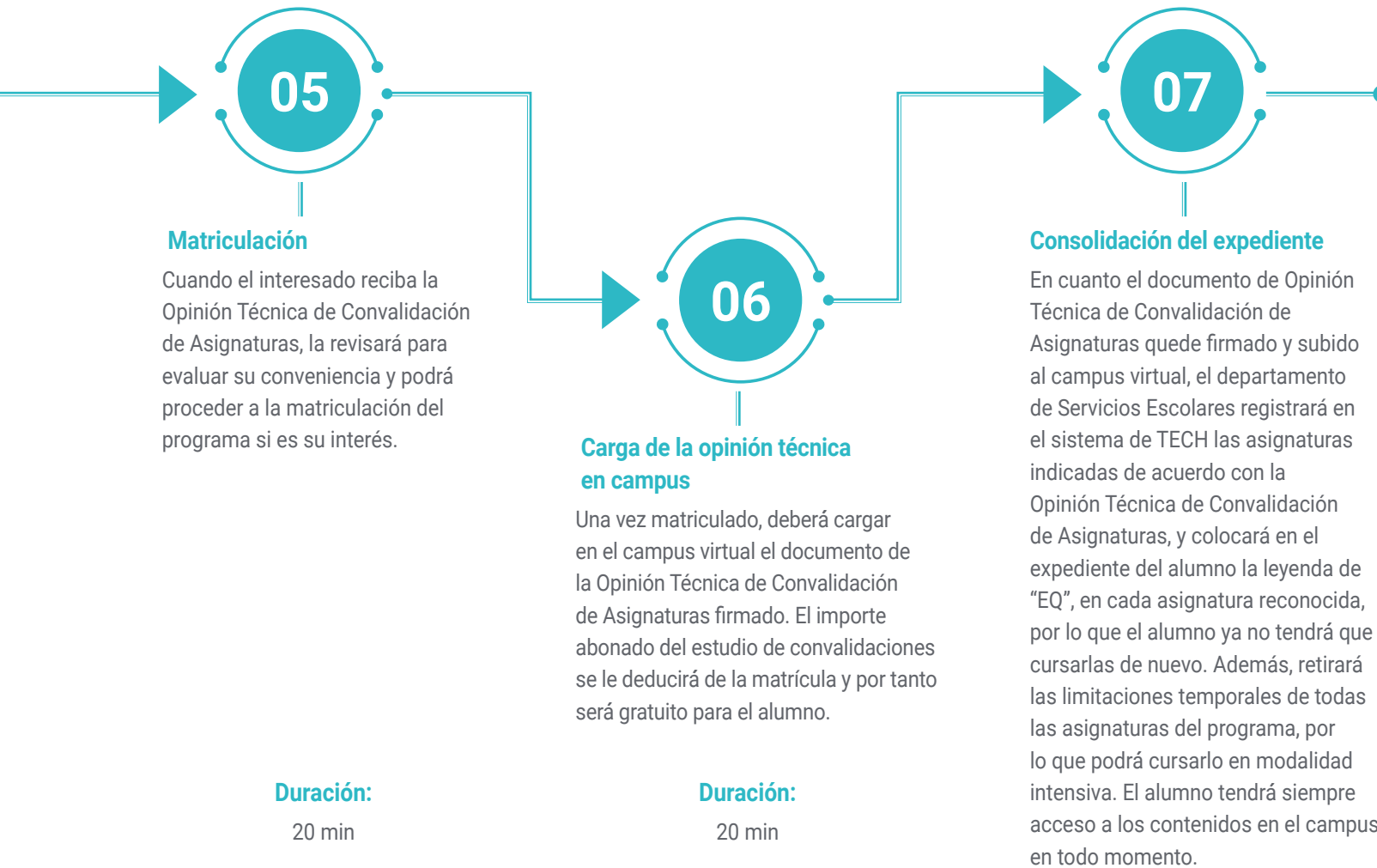


¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Servicios Escolares consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso





Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

Con esta Maestría Oficial Universitaria, los egresados desarrollarán destrezas avanzadas en la redacción periodística especializada, el análisis crítico de tendencias. Asimismo, obtendrán la capacidad de contextualizar la Moda en relación con fenómenos culturales, sociales y económicos. También, adquirirán competencias en investigación, comunicación digital y gestión de contenidos para medios tradicionales y plataformas en línea. En adición, este programa fomentará la creatividad, el pensamiento analítico y la ética profesional, preparando diseñadores capaces de influir en la industria con criterio y profesionalismo.

*Living
SUCCESS*



“

Impulsarás una visión ética, innovadora y sostenible en el tratamiento periodístico de la Moda”



Objetivos generales

- ♦ Comprender la evolución histórica de la indumentaria y su relación con los contextos socioculturales
- ♦ Analizar las contribuciones de las grandes figuras de la moda a lo largo del tiempo desde una perspectiva crítica
- ♦ Interpretar las conexiones entre la Moda y el arte como lenguajes simbólicos que dialogan entre sí
- ♦ Abordar los fundamentos del Periodismo al ámbito especializado en Moda y lujo
- ♦ Desarrollar competencias en la redacción, edición y análisis de publicaciones impresas y digitales
- ♦ Utilizar herramientas comunicativas eficaces en los distintos canales contemporáneos vinculados a la Moda
- ♦ Comprender los aspectos psicológicos implicados en la comunicación de Moda y en la percepción del estilo
- ♦ Producir contenido editorial, narrativo y visual adaptado a los códigos del entorno profesional actual





Objetivos específicos

Asignatura 1. Historia de la indumentaria

- ♦ Analizar la evolución del vestir como reflejo de los cambios sociales, políticos y económicos
- ♦ Identificar los elementos simbólicos y funcionales presentes en los distintos tipos de indumentaria a lo largo de la historia

Asignatura 2. Historia de las maestras de la Moda

- ♦ Reconocer el legado de las grandes diseñadoras y su influencia en la Moda contemporánea
- ♦ Examinar los discursos estéticos y conceptuales que definieron sus propuestas creativas

Asignatura 3. Historia de la Moda

- ♦ Explorar los hitos más relevantes en la cronología de la Moda y su impacto en la sociedad
- ♦ Interpretar los estilos y movimientos desde un enfoque cultural, político y comunicativo

Asignatura 4. Relación de la Moda en el arte

- ♦ Profundizar en las intersecciones entre la Moda y distintas manifestaciones artísticas a lo largo de la historia
- ♦ Comprender cómo el arte ha influido en la creación, representación y conceptualización del vestir

Asignatura 5. Historia de los maestros de la Moda

- ♦ Estudiar el trabajo y las innovaciones técnicas de los diseñadores más influyentes del siglo XX y XXI
- ♦ Evaluar el papel del diseñador como autor y figura mediática en el sistema Moda

Asignatura 6. Fundamentos del Periodismo

- ♦ Dominar los principios éticos, técnicos y narrativos del Periodismo aplicado al contexto de la Moda
- ♦ Redactar contenidos informativos con claridad, coherencia y precisión profesional

Asignatura 7. Prensa especializada en Moda y lujo

- ♦ Identificar las características y formatos de los medios dedicados al análisis del lujo y la Moda
- ♦ Elaborar reportajes y entrevistas adaptados a las exigencias de publicaciones especializadas

Asignatura 8. Revistas

- ♦ Comprender el rol histórico y actual de las revistas como plataformas de construcción de tendencias
- ♦ Diseñar propuestas editoriales orientadas a públicos específicos dentro del universo de la Moda

Asignatura 9. Canales de comunicación en Moda

- ♦ Evaluar la eficacia de los distintos canales tradicionales y digitales en la difusión de contenido de Moda
- ♦ Aplicar estrategias comunicativas adaptadas a redes sociales, blogs, podcasts y otros formatos emergentes

Asignatura 10. Psicología de la comunicación

- ♦ Analizar los mecanismos psicológicos implicados en la recepción del mensaje visual y narrativo de la Moda
- ♦ Comprender cómo influyen las emociones, percepciones y valores en la construcción de la identidad a través del vestir





Asignatura 11. Metodología de la investigación

- ♦ Comprender los fundamentos de la investigación científica aplicados al ámbito del Periodismo y la Crítica de Moda
- ♦ Desarrollar habilidades para identificar problemas de investigación relevantes en tendencias, marcas y fenómenos de la industria de la Moda

“

Te capacitarás mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje”

06

Salidas profesionales

La presente Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda abrirá un horizonte de salidas profesionales en un sector donde la comunicación, la creatividad y la visión crítica se convierten en herramientas esenciales. Gracias a la preparación especializada que ofrece este programa universitario, los egresados estarán capacitados para integrarse en medios de comunicación, revistas especializadas, portales digitales, agencias de noticias y plataformas de *lifestyle* que demandan profesionales capaces de analizar, interpretar y difundir las tendencias del mundo de la moda con rigor y estilo.

Upgrading...



“

Ofrecerás asesoramiento individualizado a las marcas sobre la implementación de estrategias de comunicación y posicionamiento de Moda”

Perfil del egresado

En cuanto al perfil profesional que adquirirán los egresados de esta titulación universitaria, destacarán sus competencias integrales en análisis, comunicación y valoración Crítica de tendencias y colecciones. A su vez, se capacitarán para sobresalir en medios especializados, revistas, *blogs* o entornos relacionados con la Moda. Finalmente, dominarán el uso de estrategias innovadoras para evaluar creativamente contenidos, comunicar con rigor y atender la diversidad de estilos y públicos.

Te desempeñarás como Coordinador de Proyectos Mediáticos de Moda, garantizando el cumplimiento de objetivos editoriales y creativos.

- ♦ **Comunicación y Redacción Especializada:** redactar, editar y comunicar contenidos de Moda de manera clara, precisa y adaptada a distintos formatos y públicos, desde artículos críticos hasta reportajes multimedia
- ♦ **Análisis Crítico de Tendencias:** interpretar y evaluar colecciones, estilos y movimientos de Moda, aplicando criterios de estética, ética y sostenibilidad en la producción de contenidos
- ♦ **Gestión de Proyectos Mediáticos:** planificar, coordinar y ejecutar proyectos editoriales, eventos o plataformas digitales relacionados con la Moda
- ♦ **Competencia Digital y Multimedia:** manejar herramientas digitales, *software* de Diseño y plataformas interactivas para crear contenidos atractivos y actuales



Después de realizar esta Maestría Oficial Universitaria, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Comunicación y Medios:** La titulación permitirá desarrollar habilidades en redacción, análisis crítico y difusión de contenidos especializados en Moda.
 - ♦ Columnista o crítico de Moda en medios especializados
 - ♦ Editor de revistas y plataformas digitales de Moda
 - ♦ Asesor en comunicación, *branding* y Relaciones Públicas en empresas de Moda
- 2. Consultoría y Marketing de Moda:** Los egresados adquirirán competencias para asesorar en estrategias de comunicación, marketing y posicionamiento de marcas de Moda.
 - ♦ Consultor en marketing de Moda y tendencias
 - ♦ Especialista en comunicación de marcas y personal *branding*
 - ♦ Asesor en estrategias de visibilidad y campañas digitales
- 3. Sector Público y Eventos:** La capacidad de análisis crítico y gestión de contenidos permitirá desempeñarse en instituciones culturales, ferias y eventos de Moda.
 - ♦ Coordinador de programas y exposiciones de Moda
 - ♦ Gestor de eventos y ferias internacionales de Moda
 - ♦ Funcionario en áreas de cultura y promoción de la industria textil
- 4. Crítica y Cultura:** Los conocimientos en análisis estético, Moda y tendencias permitirán desarrollarse en el ámbito de la Crítica, curaduría y consultoría cultural.
 - ♦ Crítico de moda en medios y publicaciones especializadas
 - ♦ Curador de exposiciones y colecciones de Moda
 - ♦ Gestor cultural en museos, galerías o instituciones privadas

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a este ámbito del conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros méritos científicos.



Redactarás artículos de Moda para diversos medios, garantizando la calidad y la coherencia de las informaciones”

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 Oficial Universitaria, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu
competencia
lingüística*



“

TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría Oficial Universitaria 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 (MCER).

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 MCER 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 MCER. 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.

“ 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 Oficial Universitaria”

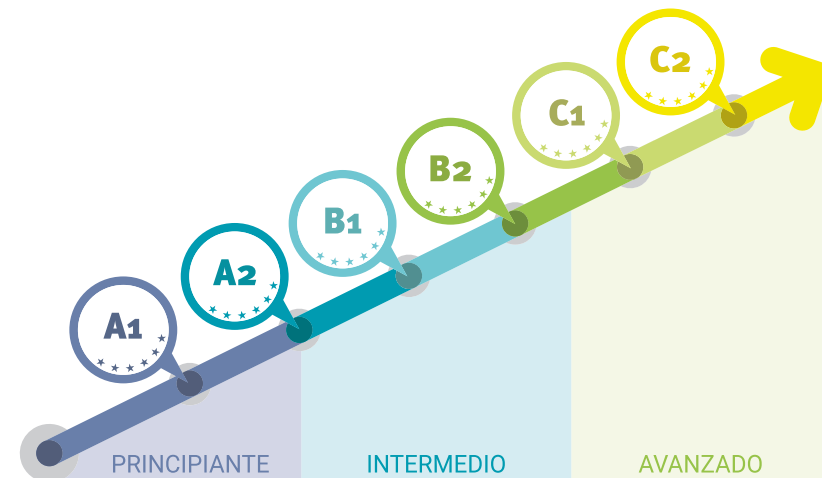




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- 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 Oficial Universitaria, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar 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 anual de cualquier idioma están incluidas en la Maestría Oficial Universitaria

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



08

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% en línea basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% en línea: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% en línea con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios en línea de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 en línea, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



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.



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



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 *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



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.



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.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



09

Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda es un programa ofrecido por TECH Universidad que cuenta con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y, por tanto, tiene validez oficial en México.



“

Obtén un título oficial con validez internacional y da un paso adelante en tu carrera profesional”

La **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda** es un programa con reconocimiento oficial. El plan de estudios se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE **20253193**, de fecha **24/09/2025**, modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Además de obtener el título de Maestría Oficial Universitaria, con el que poder alcanzar una posición bien remunerada y de responsabilidad, servirá para acceder al nivel académico de doctorado y progresar en la carrera universitaria. Con TECH el egresado eleva su estatus académico, personal y profesional.

TECH Universidad ofrece esta Maestría Oficial Universitaria con reconocimiento oficial RVOE de Educación Superior, cuyo título emitirá la Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación (DGAIR) de la Secretaría de Educación Pública (SEP).

Se puede acceder al documento oficial de RVOE expedido por la Secretaría de Educación Pública (SEP), que acredita el reconocimiento oficial internacional de este programa

Para solicitar más información puede dirigirse a su asesor académico o directamente al departamento de atención al alumno, a través de este correo electrónico:

informacion@techtitute.com

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

[Ver documento RVOE](#)

TECH es miembro de la **Society of Professional Journalists (SPJ)**, una de las organizaciones internacionales más prestigiosas en el ámbito periodístico. Esta afiliación reafirma su compromiso con la ética informativa, la libertad de prensa y la capacitación continua de los profesionales del sector.

Aval/Membresía



Título: **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda**

No. de RVOE: **20253193**

Fecha acuerdo RVOE: **24/09/2025**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **2 años**



Supera con éxito este programa y recibe tu título de Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda con el que podrás desarrollar tu carrera académica"

10

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.





“

Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con validez internacional”

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda** en un país diferente a México, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Servicios Escolares a través de correo electrónico: homologacion@techtitute.com.

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Maestría en cualquier país.





El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.

El procedimiento y la homologación efectiva en cada caso dependerá del marco normativo del país donde se requiera validar el título.

“

El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de tu título”

11

Requisitos de acceso

La **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda** de TECH Universidad cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ante la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por el contexto normativo vigente.



“

Revisa los requisitos de acceso de esta Maestría Oficial Universitaria y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales”

La norma establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo y Crítica de la Moda** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

Los candidatos interesados en cursar esta maestría oficial deben **haber finalizado los estudios de Licenciatura o nivel equivalente**. Haber obtenido el título será suficiente, sin importar a qué área de conocimiento pertenezca.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán obtener el grado de Maestría.

Para ampliar la información de los requisitos de acceso al programa y resolver cualquier duda que surja al candidato, podrá ponerse en contacto con el equipo de TECH Universidad en la dirección de correo electrónico: requisitosdeacceso@techtitute.com.

*Cumple con los requisitos de acceso
y consigue ahora tu plaza en esta
Maestría Oficial Universitaria.*





“

Si cumples con el perfil académico de ingreso de este programa con RVOE, contacta ahora con el equipo de TECH y da un paso definitivo para impulsar tu carrera”

12

Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de todas las universidades en línea. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin apuros ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.



“

TECH Universidad ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Maestría Oficial Universitaria más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales”

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de TECH y aceptar las políticas de privacidad y las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse al curso académico sin esperas. Posteriormente, se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy práctica, cómoda y rápida. Sólo se deberán subir en el sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar en vigor en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno (Pasaporte, acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- ♦ Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja, el estudiante podrá realizar sus consultas a través del correo: procesodeadmission@techtute.com.

Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Maestría Oficial Universitaria cuanto antes, sin trámites ni demoras.



Nº de RVOE: 20253193

Maestría Oficial
Universitaria
Periodismo y Crítica
de la Moda

Idioma: Español

Modalidad: 100% en línea

Duración: 2 años

Fecha acuerdo RVOE: 24/09/2025

Maestría Oficial Universitaria Periodismo y Crítica de la Moda

Nº de RVOE: 20253193

Aval/Membresía



Society of Professional
Journalists



tech
universidad