

Diplomado

Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural



Diplomado

Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Horas lectivas: **200h**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/cursos-universitario/cursos-marketing-analisis-datos-periodismo-cultural

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 18

05

Metodología

pág. 22

06

Titulación

pág. 30

01

Presentación

El Marketing constituye una técnica de relevancia en el ámbito cultural, ya que permite a los expertos darles difusión a los eventos y conseguir la asistencia de más público. Por esto, los periodistas culturales deben conocer cuáles son las herramientas más efectivas para crear campañas informativas que capten el interés del público. En esta misma línea, se requiere que estos profesionales manejen con destreza las herramientas de análisis de datos con el objetivo de evaluar si sus estrategias están siendo o no efectivas. Así, analizarán la reacción de los consumidores e implementarán las medidas oportunas para conseguir una mayor cobertura informativa. En este marco, TECH lanza un innovador programa 100% online focalizado en las últimas tendencias en Marketing Cultural .





“

Gracias a este Diplomado, basado en el Relearning, incorporarás a tu praxis las estrategias de Marketing y Análisis De Datos más sofisticadas para difundir informaciones culturales de forma óptima”

La Industria 4.0 ha tenido un impacto significativo en el ámbito del Periodismo Cultural, puesto que las plataformas digitales han revolucionado la forma en la que se consumen las piezas informativas artísticas. Sin embargo, este nuevo paradigma conlleva múltiples desafíos para los profesionales de la comunicación. En un mundo cada vez más conectado, existe una gran abundancia de información disponible en línea que dificulta captar el interés de la audiencia y fidelizarla durante un largo período de tiempo. Para superar estos retos, los profesionales necesitan implementar en el ejercicio de su labor las tácticas más innovadoras del Marketing Cultural para promover su contenido y aumentar su visibilidad entre el público.

En este contexto, TECH presenta un pionero Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural. Diseñado por expertos en esta materia, el plan de estudios profundizará en aspectos que abarcan desde la calidad como factor transversal en los productos informativos hasta las tendencias actuales del Marketing en las industrias culturales. Esto servirá a los periodistas para identificar acontecimientos importantes en el ámbito cultural, para seguidamente crear contenido relevante y de interés para el público.

Asimismo, los materiales didácticos analizarán la importancia de la visualización de datos para mejorar el atractivo visual y la claridad en la cobertura de temas culturales. En adición, un reputado Director Invitado Internacional impartirá una rigurosa Masterclass que abordará los principios del diseño de interacción en el mundo multimedia y las claves para lograr una visualización interactiva óptima.

Este **Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son: El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en periodismo cultural

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Comunicación Cultural
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información actualizada y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



¿Quieres diseñar las infografías más creativas y originales para aumentar el atractivo visual de tus coberturas periodísticas? Lógralo mediante este programa en solo 6 semanas”

“

Este Diplomado es la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa de actualización para poner al día tus conocimientos en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Profundizarás en la homogeneidad del arte para comprender las expectativas de la audiencia y crearás contenido cultural que resuene con sus intereses

Una propuesta académica 100% online, que te permitirá planificar tu ritmo de aprendizaje sin incómodos horarios preestablecidos



02

Objetivos

Por medio de este Diplomado, los profesionales de la comunicación incorporarán en su praxis las últimas tendencias que se han producido en el campo del Periodismo Cultural. De igual modo, los egresados potenciarán sus habilidades para confeccionar piezas informativas de alta calidad relacionadas con el mundo del arte. Asimismo, desarrollarán competencias creativas para diseñar campañas de Marketing que conecten con la mente de la audiencia y lograr un mayor alcance del contenido cultural en las plataformas digitales. En adición, manejarán herramientas de análisis web para apreciar el comportamiento de los usuarios e identificar el impacto de sus estrategias.



QUIERES
INVITADO
CONCIERTO

JUNIO 2018 / 12PM

• ALGUNAS RAZONES •

232 CONCIERTOS / 23 DISCOS
67 DUETOS / 212 PREMIOS
20 MILLONES DE DISCOS VENDIDOS ...

ow Barcelona (02 ene)

cierto secreto

eyenda del r

con

“

Incorporarás a tu praxis las estrategias de Marketing y Análisis De Datos más sofisticadas para difundir tus contenidos culturales de forma óptima en las plataformas digitales”



Objetivos generales

- ♦ Ampliar el conocimiento y la información al alumno con un mayor nivel de profundización en el ámbito del periodismo, aunque, más concretamente dentro del campo del periodismo cultural
- ♦ Aprender a realizar unas funciones informativas y de difusión en un entorno especializado y profesional, haciendo hincapié en la información dentro de los diferentes géneros del periodismo cultural

“

Cumplirás tus metas profesionales con el apoyo de las herramientas didácticas de TECH, entre las que destacan resúmenes interactivos o casos de estudio”





Objetivos específicos

Módulo 1. El mercado de la cultura

- ♦ Aprender dentro del contexto de la cultura los conceptos, principios y teorías básicas de la comunicación cultural y las industrias
- ♦ Comprender e interpretar la realidad en base a las habilidades y procedimientos culturales
- ♦ Manejar fuentes, planificar proyectos y organizar diferentes métodos para resolver problemas
- ♦ Comprender y aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en entornos tanto nuevos como pocos conocidos dentro de las diferentes disciplinas
- ♦ Estudiar, investigar y analizar los fenómenos culturales
- ♦ Entender la realidad cultural de las sociedades contemporáneas tanto en la industria creativa como industrial

Módulo 2. Análisis de la cultura

- ♦ Comprender y saber reflexionar sobre la crítica de las prácticas culturales
- ♦ Investigar los fenómenos culturales
- ♦ Ampliar y estudiar los componentes y orígenes para la difusión cultural
- ♦ Conocer, comprender y estudiar los fenómenos sociales culturales y la metodología
- ♦ Analizar los lenguajes artísticos y los códigos culturales para poder interpretar y criticar las diferentes materias artísticas y culturales
- ♦ Identificar los procesos del Periodismo Cultural para poder aplicarlos posteriormente

Módulo 3. Arte y cultura digital

- ♦ Conocer y entender las técnicas de producción de las diferentes industrias artísticas y culturales
- ♦ Desarrollar los conocimientos adecuados para desarrollar las técnicas en los tradicionales y nuevos medios expositivos
- ♦ Despertar una actitud crítica ante la hibridación de la técnica y las múltiples plataformas que sirven de contenedor para la trasmisión de un mensaje de tipo artístico

- ♦ Emitir juicios especialmente en el ámbito profesional y académico de la cultura y la comunicación en función de criterios, normas externas o reflexiones personales
- ♦ Conocer e identificar las principales corrientes y teorías que formalizan y critican el fenómeno cultural desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo

03

Dirección del curso

La premisa en TECH Universidad Tecnológica es ofrecer al alumnado la máxima calidad educativa. Por eso, hace un esfuerzo por seleccionar a los mejores expertos. Así, esta titulación universitaria cuenta con un cuadro docente especializado en Periodismo Cultural. Estos profesionales atesoran una dilatada experiencia laboral, que le ha permitido formar parte de prestigiosas instituciones. Además, su pasión por la excelencia les ha impulsado a actualizar sus conocimientos habitualmente para desarrollar las estrategias más efectivas para llegar a los consumidores.



“

Un temario desarrollado por especialistas con una dilatada experiencia profesional en medios de comunicación”

Directora Invitada Internacional

Katherine Anne Roiphe es una destacada **autora** y **periodista** estadounidense conocida por sus **agudos análisis culturales** y sus **obras literarias perspicaces**. Alcanzó **prominencia internacional** con su influyente libro de no ficción, *The Morning After: Sex, Fear, and Feminism on Campus*. En esta obra, desafió las **perspectivas feministas convencionales** sobre la dinámica sexual en los campus universitarios, provocando debates sobre las instituciones académicas y su responsabilidad.

Continuando con su exploración de la **moralidad** y las **normas sociales**, Roiphe escribió *Last Night in Paradise: Sex and Morals at the Century's End*, seguido por *Uncommon Arrangements*, un estudio cautivador sobre el **matrimonio en círculos literarios de Londres**. Su versatilidad como escritora se extiende a la **ficción**, con la **novela** *Still She Haunts Me*, donde reimagina la compleja relación entre Lewis Carroll y Alice Liddell.

Más allá de sus logros literarios, ha contribuido con publicaciones de prestigio en **Vogue**, **Harper's** y **The New York Times**, a través de **ensayos** que revelan sus rotundas observaciones sobre **cultura** y **política**. También, su destreza académica la ha llevado a trabajar en el Instituto de Periodismo Arthur L. Carter de la Universidad de Nueva York, donde dirige el **Programa de Reportajes y Crítica Cultural**.

Asimismo, Roiphe creció como hija del **psicoanalista** Herman Roiphe y la **reconocida feminista** Anne Roiphe, lo que sentó las bases para sus **intereses intelectuales**. Además, asistió a la prestigiosa Brearley School antes de obtener su Licenciatura en el Campus Radcliffe de la Universidad de Harvard. De igual manera, completó un **Doctorado en Literatura Inglesa** en la Universidad de Princeton. Así, una prolífera obra y una trayectoria académica envidiable hacen de esta prominente ensayista una **voz líder** en el **discurso cultural contemporáneo**, desafiando y provocando a los lectores a reconsiderar creencias arraigadas.



Dra. Roiphe, Katherine Ann

- Directora del Programa de Reportajes y Crítica Cultural en la Universidad de Nueva York,
- Estados Unidos
- Ensayista y Crítica Cultural en publicaciones como Vogue, Harper's y The New York Times
- Autora con varios títulos de ficción y no ficción como The Morning After: Sex, Fear, and Feminism on Campus y Still She Haunts Me
- Catedrática del Instituto de Periodismo Arthur L. Carter de la Universidad de Nueva York
- Doctorado en Literatura Inglesa por la Universidad de Princeton
- Licenciatura en Literatura por la Universidad de Harvard

“

Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Dirección



Dra. Tobajas Gracia, María

- ♦ Responsable de Comunicación y RRSS en la Escuela de Cine Un perro andaluz
- ♦ Social Media Manager en Fraternidad-Muprespa
- ♦ Redactora en Actúa Aragón
- ♦ Locutora y redactora en Radio Ebro
- ♦ Ayudante de fotografía en un estudio fotográfico
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad San Jorge
- ♦ Grado en Periodismo por la Universidad San Jorge
- ♦ Máster en Marketing Digital y Social Media por UDIMA.



Estructura y contenido

Esta titulación equipará a los periodistas culturales con las técnicas más vanguardistas del Marketing y Análisis De Datos para que sus piezas conecten con el público. El itinerario académico se centrará en cuestiones tales como el arte como producto del mercado, las tendencias actuales de las principales industrias culturales o la importancia de la investigación como herramienta central del Marketing. Asimismo, el temario profundizará en los fundamentos de los modelos de visualización de la información. De este modo, los egresados adquirirán competencias para manejar herramientas de análisis de datos e interpretar métricas relevantes para comprender las preferencias de la audiencia.

...pero
... amigo de
...s, Johann
...se destaca en la
...na como el fundador
... de Hydra.

ARNIM ZOLA
Bioquímico de Hydra
especialista en la transfe-
rencia de conciencias a
cuerpos nuevos. El actor
Toby Jones le da vida a
este supervillano.

El costo de la producción de la película
vengador fue de **3 millones de dólares.**

↳ **BETSABÉ GOVEA**
/ **LUIS DURÁN**
@Bethsha

La pantalla se llenará de emoción con el estreno de *Capitán América*, historia basada en un superhéroe, que con coraje intenta cambiar el dominio Nazi en el continente europeo.

Steve Rogers surge de la pobreza y lucha en contra su debilidad. Con decisión se enlista en el ejército, pero la falta de carácter hace que sea rechazado, sin embargo es convocado para ser parte de un experimento especial y secreto.

gador, ya conquistó las taquillas de EU recaudando 68 millones de dólares, dejando en el segundo escalón a *Harry Potter y las Reliquias de la Muerte Parte 2*.

Este será otro cómic que reciba el cine con adaptación para chicos y grandes, se espera los asistentes este viernes a las salas mexicanas queden satisfechos con el filme y rompa límites en las taquillas de tierras aztecas. **B!**

BUCKY BARNES
El joven huérfano amigo de Steve Rogers y compañero de batalla del Capitán América será interpretado por Sebastian Stan.

WENGA: EL PRIMER



LOS COMANDOS AULLADORES

La unidad especial formada por Nick Fury en los cómics de los 60's hace su aparición para enfrentar las tropas de Hydra.

DOR



Chris Evans Steve Rogers
De acuerdo con Marvel, Evans casi de la misma manera

70 años de iluminación



Dominarás las herramientas de Análisis de Datos más innovadoras para entender el comportamiento del usuario y crear las campañas informativas más impactantes"

Módulo 1. Investigación, gestión y marketing cultural

- 1.1. Introducción al Marketing
 - 1.1.1. Las 4 P's
 - 1.1.1.1. Aspectos básicos del Marketing
 - 1.1.1.2. El Marketing Mix
 - 1.1.1.3. La necesidad (o no) del marketing en el mercado cultural
 - 1.1.2. El Marketing y el consumismo
 - 1.1.2.1. El consumo de la cultura en España
 - 1.1.2.2. La calidad como factor transversal en los productos informativos
- 1.2. Marketing y valor: el arte por el arte, el arte dentro de programas ideológicos y el arte como producto de mercado
 - 1.2.1. El arte por el arte
 - 1.2.1.1. El arte de las masas. La homogeneidad del arte y su valor
 - 1.2.1.2. ¿Se crea el arte para los medios o los medios transmiten el arte?
 - 1.2.2. El arte dentro de programas ideológicos
 - 1.2.2.1. Arte, política y activismo
 - 1.2.2.2. Simbolismo básico dentro del arte
 - 1.2.3. El arte como producto de mercado
 - 1.2.3.1. El arte en la publicidad
 - 1.2.3.2. Gestión cultural para un desarrollo exitoso de la obra
- 1.3. El Marketing de las principales industrias culturales
 - 1.3.1. Tendencias actuales de las principales industrias culturales
 - 1.3.1.1. Las necesidades de los consumidores/as representadas en las empresas
 - 1.3.1.2. Productos culturales de éxito en los medios de comunicación
- 1.4. La investigación como herramienta central del marketing
 - 1.4.1.1. La recopilación de datos del mercado y de los consumidores/as
 - 1.4.1.2. La diferenciación en relación con la competencia
 - 1.4.1.3. Otras estrategias de investigación
- 1.5. El futuro del Marketing Cultural
 - 1.5.1. El futuro del Marketing Cultural
 - 1.5.1.1. Las tendencias del Marketing Cultural
 - 1.5.1.2. Los productos culturales con mayor potencia en el mercado

Módulo 2. Visualización de datos en el periodismo cultural

- 2.1. Disposición visual de la información
 - 2.1.1. Los fundamentos de los modelos de visualización de la información
 - 2.1.1.1. La imagen en la prensa
 - 2.1.1.2. La visualización de la información
- 2.2. Evolución de la infografía periodística
 - 2.2.1. Infografías en la prensa, periodismo de precisión y visualización analítica
 - 2.2.1.1. Infografía en la prensa
 - 2.2.1.2. Periodismo de precisión
 - 2.2.1.3. Visualización analítica
- 2.3. Clasificación de las infografías
 - 2.3.1. Hacia un nuevo modelo periodístico
 - 2.3.1.1. La digitalización de los datos
 - 2.3.1.2. La interacción de los datos en los medios. De la publicidad a la información
 - 2.3.2. Visualización analítica y sociedad de la información
 - 2.3.2.1. Eliminación de lo superfluo
 - 2.3.2.2. Tablas, diagramas, gráficos, mapas, cajas de datos, infogramas, inforrelatos
- 2.4. El papel del profesional del periodismo y de la infografía
 - 2.4.1. Construir una sección de infografía en los diferentes medios
 - 2.4.1.1. Herramientas de creación de infografías
 - 2.4.1.2. Adaptación de la información a los medios
 - 2.4.1.3. La agencia de infografías
- 2.5. Digitalización e interactividad
 - 2.5.1. La visualización interactiva en un mundo multimedia y multiplataforma
 - 2.5.1.1. La visualización interactiva
 - 2.5.1.2. Principios esenciales del diseño de interacción
 - 2.5.1.3. Multimedialidad
- 2.6. Elementos de las infografías en el periodismo
 - 2.6.1. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El trabajo del día a día. La elección del software. Los textos: titulares y cuerpo de la información. Las ilustraciones. Las fuentes. La firma
 - 2.6.1.1. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El

trabajo del día a día

2.6.1.2. Los textos: titulares y cuerpo de la información

2.6.1.3. Las ilustraciones. Las fuentes. La firma

2.6.2. La importancia de la elección tipográfica. Los colores y el tamaño también son información

2.6.2.1. La importancia de la elección tipográfica

2.6.2.2. Los colores y el tamaño

“

Un intensivo programa universitario que te pondrá al día de las últimas tendencias en Análisis de Datos en el Periodismo Cultural. ¡Inscríbete ya!”



05

Metodología

Esta capacitación te ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**. Este sistema de enseñanza es utilizado en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el **New England Journal of Medicine**.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional, para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar tus competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo”



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



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra Universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 hemos conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos capacitado a más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



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



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Clases magistrales

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

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



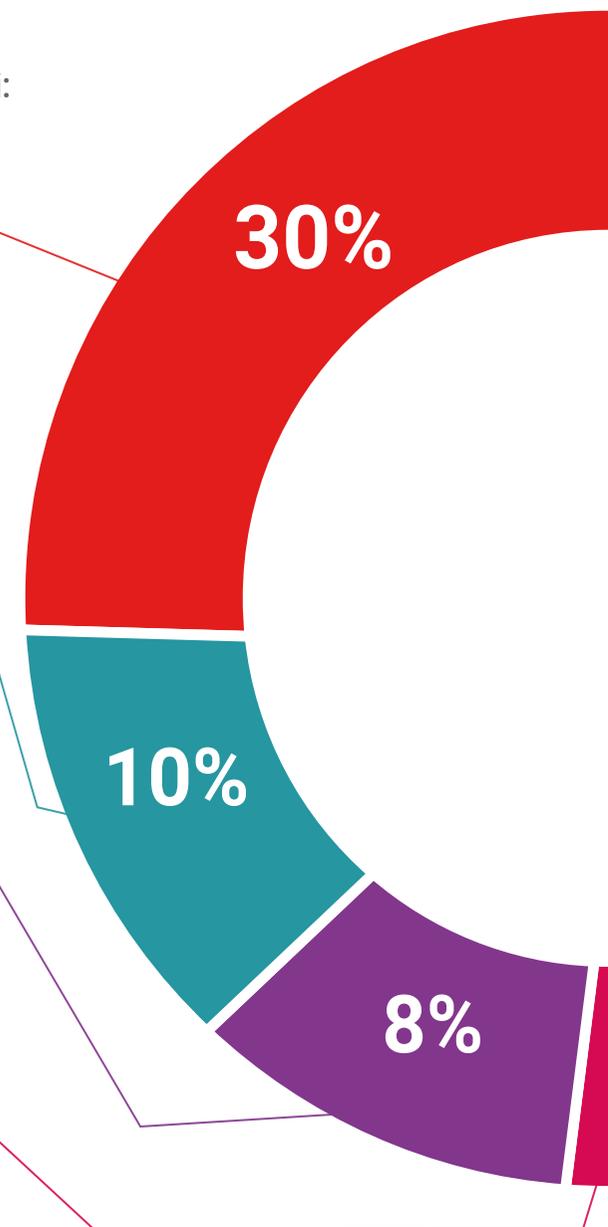
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales..., en nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

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



Resúmenes interactivos

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

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



Testing & Retesting

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



06

Titulación

El Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Diplomado expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente **Título de Diplomado** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

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

Título: Diplomado en Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural

ECTS: 8

Nº Horas Oficiales: 200 h.





Diplomado

Marketing y Análisis de
Datos en el Periodismo
Cultural

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horas lectivas: 200h
- » Exámenes: online

Diplomado

Marketing y Análisis de Datos en el Periodismo Cultural

