

Grand Master

Periodismo Audiovisual
y Reportерismo de Televisión



Grand Master Periodismo Audiovisual y Reportерismo de Televisión

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/grand-master/grand-master-periodismo-audiovisual-reporterismo-television



Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 36

05

Salidas profesionales

pág. 44

06

Metodología de estudio

pág. 48

07

Cuadro docente

pág. 58

08

Titulación

pág. 62

01

Presentación del programa

En la era de la información, el Periodismo Audiovisual y el Reportero de Televisión se han consolidado como pilares clave en la transmisión de noticias y contenidos relevantes a nivel global. Los avances tecnológicos han demostrado que los medios tradicionales, como la televisión, siguen siendo fundamentales no solo para captar la atención del público, sino también para conectar poderosamente con las audiencias a través de imágenes, sonidos y relatos audiovisuales. En este contexto, un periodista debe poseer las aptitudes y destrezas necesarias para generar lazos con la audiencia, enfrentando así el reto más grande del periodista: crear una conexión auténtica y efectiva con el público.





“

3, 2, 1, prepárate para la acción aprendiendo con el método 100% online de TECH”

El impacto de la televisión, como uno de los medios más accesibles y confiables, ha permitido que el periodismo audiovisual se convierta en una herramienta esencial para la cobertura de eventos en tiempo real, desde desastres naturales hasta cuestiones políticas y sociales. Sumado a esto, este tipo de periodismo no solo informa, sino que también educa y sensibiliza, permitiendo que los periodistas cuenten historias de manera más directa y efectiva.

En un mundo saturado de información, el Periodismo Audiovisual y el Reportero de Televisión son esenciales para el panorama mediático actual, ya que proporcionan una forma de comunicación dinámica y accesible.

A lo largo de este programa, el alumno explorará todos los procesos y técnicas que un periodista debe dominar para convertirse en un profesional completo. Esto incluye el periodismo escrito, el proceso de documentación, la narrativa audiovisual y sumado a esto las particularidades de la radio, un medio que, sin duda, está ganando una creciente relevancia en el mundo de la comunicación audiovisual.

Con el mejor temario 100% online y accesible desde cualquier lugar del mundo, basado en los avances científicos y metodológicos más recientes, el alumno recorrerá un camino que le proporcionará una ventaja significativa para impulsar su carrera hacia el éxito. Además, TECH cuenta con un equipo de catedráticos, investigadores y altos ejecutivos que garantizan un aprendizaje de la más alta calidad.

Este **Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reportero de Televisión** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en periodismo
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica 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 en el Periodismo Audiovisual y Reportero de Televisión
- ♦ 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



No esperes más, únete y aprende con el exclusivo método Relearning, una metodología única que solo TECH te ofrece"

“

Adquiere las habilidades necesarias para desarrollarte en el campo del periodismo y ampliar tus oportunidades laborales”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del periodismo, que vierten en este programa 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 un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

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

En TECH obtienes una inmersión profunda y completa en las estrategias más novedosas sobre el Periodismo Audiovisual.

Un aprendizaje teórico-práctico que se ajusta a tus horarios y con el plan de estudio más completo del panorama universitario.



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.



“

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

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online 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».

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 Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

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 online 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 diez idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.



Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Profesorado
TOP
Internacional


La metodología
más eficaz

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

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.

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 online, 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 online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online 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.

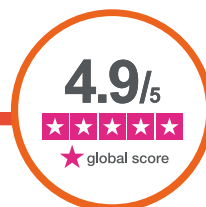
Líderes en empleabilidad

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 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

Este programa ofrece un plan de estudios diseñado para responder a las necesidades actuales, abordando todas las competencias que exige el ámbito laboral. Así, el alumno se formará como un profesional preparado para adaptarse a las demandas de un entorno mediático en constante evolución.



“

*Desarrolla un perfil profesional competitivo,
adaptado a las exigencias globales del
Periodismo y la Comunicación Digital”*

Módulo 1. Periodismo Escrito I

- 1.1. Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos
 - 1.1.1. Introducción
 - 1.1.2. Planteamiento general
 - 1.1.3. Antecedentes, utilidad y criterios de valoración
 - 1.1.4. Clasificación de los géneros
 - 1.1.5. Características diferenciales. Primera fase: conceptos previos
 - 1.1.5.1. Noticia
 - 1.1.6. Características diferenciales. Segunda fase: rasgos distintivos de cada género
 - 1.1.7. Otro modelo de clasificación más simplificado y universal
 - 1.1.8. Previsiones de futuro: los géneros en el periodismo digital
- 1.2. El periodista multimedia y la transformación de los géneros
 - 1.2.1. Introducción
 - 1.2.2. Nace un nuevo periodista
 - 1.2.3. Consecuencias para el periodista
 - 1.2.4. Dificil separación entre relatos y comentarios
 - 1.2.5. Nuevos géneros periodísticos
 - 1.2.6. La diferencia de trabajar en la Red
 - 1.2.7. Cada canal exige una forma de hacer
 - 1.2.8. Nueva fisonomía de la radio
 - 1.2.9. Entender la historia televisiva
 - 1.2.10. Una pantalla para cada cosa
 - 1.2.11. Un lenguaje específico para la Red
 - 1.2.12. La regla número 17 de Stephen King
- 1.3. El lenguaje periodístico
 - 1.3.1. Introducción
 - 1.3.2. Lenguaje periodístico
 - 1.3.3. El texto periodístico y su contexto
 - 1.3.4. El lenguaje coral de los iconos
- 1.4. La noticia
 - 1.4.1. Introducción
 - 1.4.2. Definición
 - 1.4.3. Cualidades específicas del hecho noticioso
 - 1.4.4. Tipos de noticia
- 1.5. Las noticias discursivas
 - 1.5.1. Introducción
 - 1.5.2. Preparación y cobertura
 - 1.5.3. Redacción
 - 1.5.4. Partes de la noticia
- 1.6. El arte de las citas
 - 1.6.1. Introducción
 - 1.6.2. Funciones de las citas
 - 1.6.3. Tipos de citas
 - 1.6.4. Técnicas de la cita directa
 - 1.6.5. Cuando usar las citas directas
- 1.7. La narración periodística
 - 1.7.1. Introducción
 - 1.7.2. La narración periodística
 - 1.7.3. Problemas en la narración periodística
- 1.8. Los titulares periodísticos
 - 1.8.1. Introducción
 - 1.8.2. Funciones de los titulares
 - 1.8.3. Características de los titulares
 - 1.8.4. Evolución de los titulares
 - 1.8.5. Elementos de titulación en los medios impresos, audiovisuales y digitales
 - 1.8.6. Tipos de titulares
- 1.9. Las fuentes en el periodismo informativo
 - 1.9.1. Introducción
 - 1.9.2. En busca de la noticia
 - 1.9.3. Tipos de fuentes para el periodismo informativo
- 1.10. Producción informativa y procedimientos de producción
 - 1.10.1. Introducción
 - 1.10.2. Organización del trabajo
 - 1.10.3. Comercialización
 - 1.10.4. Algunos aspectos contables
 - 1.10.5. La imagen de los periódicos
 - 1.10.5.1. El rediseño de periódicos

Módulo 2. Periodismo Escrito II

- 2.1. La interpretación y la teoría de los géneros periodísticos
 - 2.1.1. Introducción
 - 2.1.2. La interpretación, tarea periodística
 - 2.1.3. La «tipología de Martínez Albertos»
 - 2.1.4. Otras clasificaciones finalistas
 - 2.1.5. La objetividad, criterio clasificador
 - 2.1.6. ¿Los hechos son sagrados y las opiniones libres?
- 2.2. La crónica periodística (I). Orígenes y definición
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. Definición de crónica
 - 2.2.3. La crónica en la era digital
 - 2.2.4. Tipología de la crónica
- 2.3. La crónica periodística (II). Titulares, entradillas y recursos de estilo
 - 2.3.1. Introducción
 - 2.3.2. La titulación de las crónicas
 - 2.3.3. Tipos de entradilla
 - 2.3.4. El cuerpo: principales recursos de estilo
- 2.4. La crónica periodística (II). Titulares, entradillas y recursos de estilo
 - 2.4.1. Introducción
 - 2.4.2. La crónica de sucesos y judicial
 - 2.4.3. La crónica parlamentaria
 - 2.4.4. La España democrática
 - 2.4.5. La crónica de espectáculos
 - 2.4.6. La crónica deportiva
- 2.5. El reportaje (I). Definición, orígenes y tipología
 - 2.5.1. Introducción
 - 2.5.2. Definición
 - 2.5.3. El origen del reportaje: sus precedentes
 - 2.5.4. El «reportaje interpretativo»
 - 2.5.5. Estilo y características diferenciales del reportaje
 - 2.5.6. El reportaje en soporte digital
 - 2.5.7. Tipología de reportajes
 - 2.5.7.1. Tipología digital

- 2.6. El reportaje (II). Idea, enfoque e investigación
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. Escasa pedagogía del reportaje
 - 2.6.3. El proyecto del reportaje: la idea y el enfoque
 - 2.6.4. La investigación: recopilación, selección y ordenación de los datos
 - 2.6.5. Cuando usar las citas directas
- 2.7. El reportaje (III). Estructura y redacción
 - 2.7.1. Introducción
 - 2.7.2. Estilo y estructura, claves del reportaje
 - 2.7.3. La titulación del reportaje
 - 2.7.4. La entradilla del reportaje
 - 2.7.5. El cuerpo del reportaje
- 2.8. La entrevista (I). Definición, origen y principales hitos
 - 2.8.1. Introducción
 - 2.8.2. Definición de entrevista
 - 2.8.3. Origen histórico de la entrevista: los diálogos
 - 2.8.4. La evolución de la entrevista
- 2.9. La entrevista (II). Tipología, preparación y realización
 - 2.9.1. Introducción
 - 2.9.2. Tipos de entrevistas
 - 2.9.3. El proceso de confección de la entrevista
- 2.10. La entrevista (III). Organización del material y redacción
 - 2.10.1. Introducción
 - 2.10.2. Transcripción y preparación del material obtenido
 - 2.10.3. La titulación de la entrevista
 - 2.10.3.1. Errores en el título
 - 2.10.4. La entradilla
 - 2.10.5. El cuerpo de la entrevista

Módulo 3. Documentación informativa

- 3.1. Introducción a la Documentación como ciencia
 - 3.1.1. Introducción
 - 3.1.2. La sociedad de la información y el conocimiento
 - 3.1.3. Información y documentación
 - 3.1.4. Definición de la documentación
 - 3.1.5. El nacimiento de la documentación como ciencia
 - 3.1.6. Los centros de documentación
- 3.2. Historia y características de la Documentación Informativa
 - 3.2.1. Introducción
 - 3.2.2. Historia de la documentación informativa
 - 3.2.3. Características generales de la documentación informativa
 - 3.2.4. Principios de la documentación informativa
 - 3.2.5. Funciones de la documentación informativa
- 3.3. La crónica periodística (II). Titulares, entradillas y recursos de estilo
 - 3.3.1. Introducción
 - 3.3.2. La titulación de las crónicas
 - 3.3.3. Tipos de entradilla
 - 3.3.4. El cuerpo: principales recursos de estilo
 - 3.3.5. Obras de consulta: concepto y clasificación
- 3.4. El análisis documental I
 - 3.4.1. Introducción
 - 3.4.2. La cadena documental
 - 3.4.3. La selección documental
 - 3.4.4. El análisis documental
 - 3.4.5. La catalogación
 - 3.4.6. La descripción documental y el asiento bibliográfico
- 3.5. El análisis documental II
 - 3.5.1. Introducción
 - 3.5.2. La clasificación
 - 3.5.3. La indización
 - 3.5.4. El resumen
 - 3.5.5. La referencia documental
 - 3.5.6. Los lenguajes documentales
- 3.6. Recuperación de información y bases de datos
 - 3.6.1. Introducción
 - 3.6.2. La recuperación de información
 - 3.6.3. Los sistemas de gestión de bases de datos
 - 3.6.4. Lenguajes de interrogación y ecuaciones de búsqueda
 - 3.6.5. La evaluación de la recuperación de información
 - 3.6.6. Las bases de datos
- 3.7. La documentación fotográfica
 - 3.7.1. Introducción
 - 3.7.2. La fotografía
 - 3.7.3. El documento fotográfico
 - 3.7.4. Criterios de selección fotográfica
 - 3.7.5. El análisis documental de las fotografías
- 3.8. La documentación radiofónica
 - 3.8.1. Introducción
 - 3.8.2. Características del documento sonoro
 - 3.8.3. Tipología de los documentos radiofónicos
 - 3.8.4. Los archivos radiofónicos
 - 3.8.5. Análisis documental de la información sonora
 - 3.8.6. La documentación informativa en la radio
- 3.9. La documentación audiovisual
 - 3.9.1. Introducción
 - 3.9.2. El documento audiovisual
 - 3.9.3. La documentación televisiva
 - 3.9.4. El análisis documental de la imagen en movimiento
 - 3.9.5. La documentación cinematográfica
- 3.10. La documentación en prensa escrita, digital y en gabinetes de comunicación
 - 3.10.1. Introducción
 - 3.10.2. El servicio básico de documentación en medios escritos
 - 3.10.3. El proceso documental en medios digitales
 - 3.10.4. El servicio de documentación en la redacción digital
 - 3.10.5. La documentación en los gabinetes de comunicación

Módulo 4. Diseño de publicaciones

- 4.1. Tecnología manual de la comunicación e información escrita
 - 4.1.1. Introducción
 - 4.1.2. Las formas iniciales de la escritura
 - 4.1.3. Los soportes de la escritura manual
 - 4.1.4. Niveles de representación gráfica en la primera escritura
 - 4.1.5. Clasificación general de los signos de escritura
 - 4.1.6. El nacimiento y desarrollo del alfabeto: la independencia del signo escrito
 - 4.1.7. La escritura, memoria de información
 - 4.1.8. Las formas de la escritura alfabética latina: observación diacrónica
 - 4.1.9. Las imágenes en el mundo de la escritura manual
- 4.2. Sistema de impresión
 - 4.2.1. Introducción
 - 4.2.2. De la reproducción manual a la reproducción mecanizada de la escritura
 - 4.2.3. La imitación, denominador común de las primeras copias mecánicas de información
 - 4.2.4. Antecedentes de la reproducción mecanizada de la información en la Antigüedad
 - 4.2.5. La xilografía, el antecedente más próximo a la tecnología de Gutenberg
 - 4.2.6. Conocimientos y elementos tecnológicos preexistentes y necesarios para la imprenta de Gutenberg
 - 4.2.7. La imprenta de Gutenberg
 - 4.2.8. El desarrollo de las fases de composición e impresión de la información escrita
- 4.3. Formas y funciones de los elementos del diseño periodístico
 - 4.3.1. Introducción
 - 4.3.2. Qué es el diseño periodístico de comunicación e información escrita
 - 4.3.3. Los elementos del diseño periodístico
- 4.4. Las imágenes
 - 4.4.1. Introducción
 - 4.4.2. Las imágenes periodísticas
 - 4.4.3. La infografía: naturaleza, características, funciones y formas
 - 4.4.4. Los recursos gráficos no textuales ni icónicos
- 4.5. El color
 - 4.5.1. Introducción
 - 4.5.2. Naturaleza, función y procesos de síntesis del color
 - 4.5.3. Separación de colores en artes gráficas
 - 4.5.4. Funciones y posibilidades expresivas del color en un medio escrito
 - 4.5.5. Características de colores plano
- 4.6. Tipografías: identidad y uso
 - 4.6.1. Introducción
 - 4.6.2. Qué es tipografía
 - 4.6.3. La morfología del carácter: implicaciones semánticas
 - 4.6.4. Clasificaciones de los caracteres tipográficos
 - 4.6.5. Las funciones de la tipografía
 - 4.6.6. La tipografía informática
- 4.7. Formatos y diseño periodístico de la información
 - 4.7.1. Introducción
 - 4.7.2. Evolución diacrónica del diseño periodístico de medios escritos
 - 4.7.3. El formato, primera circunstancia espacial
 - 4.7.4. La distribución y arquitectura del espacio de la página
 - 4.7.5. El diseño modular
 - 4.7.6. El diagrama de Gutenberg
 - 4.7.7. El CIV
- 4.8. Diseño periodístico y comunicación. Orden y jerarquía
 - 4.8.1. Introducción
 - 4.8.2. El objetivo fundamental del diseño periodístico
 - 4.8.3. Criterios de distribución de la información
 - 4.8.4. Estructuras básicas de conformación de páginas
 - 4.8.5. Sistemas de equilibrio en la expresión de los significantes informativos
 - 4.8.6. Principios básicos aplicables en el diseño periodístico
 - 4.8.7. La primera página
 - 4.8.8. Las páginas interiores del periódico

- 4.9. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación
 - 4.9.1. Introducción
 - 4.9.2. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación e información escrita inmediatamente anterior a la digitalización
 - 4.9.3. La digitalización, cambio de marcha en el desarrollo de la comunicación e información escrita
- 4.10. La mediación digital en el periodismo actual
 - 4.10.1. Introducción
 - 4.10.2. La mediación digital en el periodismo actual
 - 4.10.3. La información escrita en el periodismo de edición digital

Módulo 5. Narrativa audiovisual

- 5.1. La narrativa audiovisual
 - 5.1.1. Introducción
 - 5.1.2. Conceptos fundamentales de la Narrativa Audiovisual
 - 5.1.3. Una aproximación metodológica
 - 5.1.4. Particularidades del discurso audiovisual
 - 5.1.5. El lenguaje audiovisual
 - 5.1.6. La imagen
 - 5.1.7. El sonido
- 5.2. El discurso y las estancias enunciativas
 - 5.2.1. Introducción
 - 5.2.2. Las funciones del relato
 - 5.2.3. La construcción del texto narrativo
 - 5.2.4. Las instancias enunciativas
 - 5.2.5. Tipologías de narradores
 - 5.2.6. La focalización
 - 5.2.7. El narratario
- 5.3. La historia y los ejes de la narración
 - 5.3.1. Introducción
 - 5.3.2. La historia
 - 5.3.3. La acción narrativa
 - 5.3.4. El tiempo
 - 5.3.5. El espacio
 - 5.3.6. El sonido





- 5.4. La construcción del discurso audiovisual: el guion
 - 5.4.1. Introducción
 - 5.4.2. El guion
 - 5.4.3. La idea
 - 5.4.4. Los géneros
 - 5.4.4.1. El cine fantástico y de terror
 - 5.4.4.2. El cine bélico
 - 5.4.4.3. La comedia
 - 5.4.4.4. El musical
 - 5.4.4.5. El documental
 - 5.4.5. Los personajes y el diálogo
 - 5.4.6. El guion literario vs el guion técnico
- 5.5. Teoría y análisis del montaje fílmico
 - 5.5.1. Introducción
 - 5.5.2. Definición del montaje
 - 5.5.3. Las unidades básicas de la narrativa fílmica
 - 5.5.4. Primeras aproximaciones teóricas
 - 5.5.5. Tipos de montaje
 - 5.5.6. El montaje invisible: el raccord. Glosario sobre el montaje
- 5.6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la posmodernidad
 - 5.6.1. Introducción
 - 5.6.2. Los orígenes del cine
 - 5.6.3. El cine de los orígenes: la articulación espacio-temporal
 - 5.6.4. Las vanguardias y el cine
 - 5.6.5. El cine de Hollywood
 - 5.6.6. El cine de arte y el ensayo
 - 5.6.7. El cine contemporáneo
- 5.7. El cine informático: de los noticiarios al documental
 - 5.7.1. Introducción
 - 5.7.2. El cine informativo
 - 5.7.3. Los noticiarios cinematográficos
 - 5.7.4. El documental
 - 5.7.5. El cine informativo de ficción
 - 5.7.6. El valor de los informativos como fuente histórica

- 5.8. El discurso televisivo: información y entretenimiento
 - 5.8.1. Introducción
 - 5.8.2. El discurso televisivo
 - 5.8.3. Narratología de la información audiovisual
 - 5.8.4. Los géneros de la información audiovisual
 - 5.8.5. El infotainment
 - 5.8.6. Los programas de entretenimiento
 - 5.8.7. El relato televisivo de ficción
- 5.9. El discurso publicitario audiovisual: spot, tráiler y videoclip
 - 5.9.1. Introducción
 - 5.9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
 - 5.9.2.1. Spot
 - 5.9.2.2. Tráiler
 - 5.9.2.3. Videoclip
- 5.10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital
 - 5.10.1. Introducción
 - 5.10.2. El paradigma digital
 - 5.10.3. Los nuevos medios del siglo XXI
 - 5.10.4. Nuevas prácticas mediáticas
 - 5.10.5. La condición postmedia

Módulo 6. Comunicación televisiva

- 6.1. El mensaje en Televisión
 - 6.1.1. Introducción
 - 6.1.2. El mensaje en televisión
 - 6.1.3. La TV como la unión de la imagen dinámica y el audio
- 6.2. Historia y evolución del medio televisivo
 - 6.2.1. Introducción
 - 6.2.2. Origen del medio televisivo
 - 6.2.3. Historia y evolución en el mundo del medio televisivo
- 6.3. Géneros y Formatos en Televisión
 - 6.3.1. Introducción
 - 6.3.2. Géneros televisivos
 - 6.3.3. Formatos en televisión

- 6.4. El guion en Televisión
 - 6.4.1. Introducción
 - 6.4.2. Tipos de guion
 - 6.4.3. Función del guion en televisión
- 6.5. Programación Televisiva
 - 6.5.1. Introducción
 - 6.5.2. Historia
 - 6.5.3. Programación en bloque
 - 6.5.4. Programación cruzada
 - 6.5.5. Contraprogramación
- 6.6. Lenguaje y Narración en Televisión
 - 6.6.1. Introducción
 - 6.6.2. El lenguaje en Televisión
 - 6.6.3. La narración en televisión
- 6.7. Técnicas de Locución y expresión
 - 6.7.1. Introducción
 - 6.7.2. Técnicas de locución
 - 6.7.3. Técnicas de expresión
- 6.8. Creatividad en Televisión
 - 6.8.1. Introducción
 - 6.8.2. La creatividad en televisión
 - 6.8.3. El futuro de la televisión
- 6.9. Producción
 - 6.9.1. Introducción
 - 6.9.2. Producción televisiva
 - 6.9.3. Preproducción
 - 6.9.4. Producción y grabación
 - 6.9.5. Postproducción
- 6.10. Tecnología y Técnicas digitales en televisión
 - 6.10.1. Introducción
 - 6.10.2. El papel de la tecnología en la televisión
 - 6.10.3. Las técnicas digitales en televisión

Módulo 7. Periodismo televisivo

- 7.1. Organización de la redacción y cobertura informativa
 - 7.1.1. Introducción
 - 7.1.2. Organización en la redacción de una televisión
 - 7.1.3. Puestos
 - 7.1.4. Cobertura informativa
- 7.2. Informativos no diarios
 - 7.2.1. Introducción
 - 7.2.2. Informativos no diarios
 - 7.2.2.1. Informativos de fin de semana
 - 7.2.2.2. Informativos excepcionales
- 7.3. Informativos diarios
 - 7.3.1. Introducción
 - 7.3.2. Informativos diarios
 - 7.3.3. Tipos de informativos
 - 7.3.3.1. Estelares
 - 7.3.3.2. Informativo diario
 - 7.3.3.3. Programas de entrevistas
 - 7.3.3.4. Infotainment
- 7.4. La crónica, el reportaje y la entrevista
 - 7.4.1. Introducción
 - 7.4.2. La crónica
 - 7.4.3. Tipos de reportaje
 - 7.4.4. Tipos de entrevista
- 7.5. La entradilla de Estudio
 - 7.5.1. Introducción
 - 7.5.2. La entradilla de estudio
 - 7.5.3. Entradillas audiovisuales
- 7.6. Programas según formatos. Magazines y Reality-show
 - 7.6.1. Introducción
 - 7.6.2. Definición de magazine
 - 7.6.3. Definición de reality - show

- 7.7. Programas especializados según contenidos
 - 7.7.1. Introducción
 - 7.7.2. Periodismo especializado
 - 7.7.3. Programas especializados
- 7.8. La Realización Televisiva
 - 7.8.1. Introducción
 - 7.8.2. La Realización Televisiva
 - 7.8.3. Preproducción
 - 7.8.4. Rodaje
 - 7.8.5. Control de realización
- 7.9. Tratamiento de la información en directo y en diferido
 - 7.9.1. Introducción
 - 7.9.2. Tratamiento de la información en directo
 - 7.9.3. Tratamiento de la información en diferido
- 7.10. Técnicas de Edición
 - 7.10.1. Introducción
 - 7.10.2. Técnicas de edición en televisión
 - 7.10.3. Tipos de edición

Módulo 8. Comunicación radiofónica

- 8.1. Historia de la radiodifusión
 - 8.1.1. Introducción
 - 8.1.2. Orígenes
 - 8.1.3. Orson Welles y "La Guerra de los Mundos"
 - 8.1.4. La radio en el mundo
 - 8.1.5. La nueva radio
- 8.2. Panorama actual de la radio en Latinoamérica
 - 8.2.1. Introducción
 - 8.2.2. Historia de la radio en Latinoamérica
 - 8.2.3. Actualidad
- 8.3. El lenguaje radiofónico
 - 8.3.1. Introducción
 - 8.3.2. Características de la comunicación radiofónica
 - 8.3.3. Elementos que configuran el lenguaje radiofónico

- 8.3.4. Características de la construcción de textos radiofónicos
- 8.3.5. Características de la redacción de textos radiofónicos
- 8.3.6. Glosario de los términos utilizados en el lenguaje radiofónico
- 8.4. El guion para radio. Creatividad y expresión
 - 8.4.1. Introducción
 - 8.4.2. El guion radiofónico
 - 8.4.3. Principios básicos en la elaboración de un guion
- 8.5. Producción, realización y locución en radiodifusión
 - 8.5.1. Introducción
 - 8.5.2. Producción y realización
 - 8.5.3. Locución radiofónica
 - 8.5.4. Peculiaridades de la locución radiofónica
 - 8.5.5. Ejercicios prácticos de respiración y locución
- 8.6. La improvisación en radiodifusión
 - 8.6.1. Introducción
 - 8.6.2. Peculiaridades del medio radiofónico
 - 8.6.3. ¿Qué es la improvisación?
 - 8.6.4. ¿Cómo se lleva a cabo la improvisación?
 - 8.6.5. La información deportiva en radio. Características y lenguaje
 - 8.6.6. Recomendaciones léxicas
- 8.7. Los géneros radiofónicos
 - 8.7.1. Introducción
 - 8.7.2. Los géneros radiofónicos
 - 8.7.2.1. La noticia
 - 8.7.2.2. La crónica
 - 8.7.2.3. El reportaje
 - 8.7.2.4. La entrevista
 - 8.7.3. la mesa redonda y el debate
- 8.8. La investigación de audiencias en radio
 - 8.8.1. Introducción
 - 8.8.2. Investigación en radio e inversión publicitaria

- 8.8.3. Principales métodos de investigación
- 8.8.4. Estudio General de Medios
- 8.8.5. Resumen del Estudio General de Medios
- 8.8.6. Radio tradicional versus radio online
- 8.9. El sonido digital
 - 8.9.1. Introducción
 - 8.9.2. Conceptos básicos acerca del sonido digital
 - 8.9.3. Historia de la grabación de sonido
 - 8.9.4. Principales formatos de sonido digital
 - 8.9.5. Edición de sonido digital. Audacity
- 8.10. El nuevo radiofonista
 - 8.10.1. Introducción
 - 8.10.2. El nuevo radiofonista
 - 8.10.3. La organización formal de las emisoras
 - 8.10.4. La tarea del redactor
 - 8.10.5. La reunión de contenidos
 - 8.10.6. ¿Inmediatez o calidad?

Módulo 9. Periodismo radiofónico

- 9.1. Historia de la radio
 - 9.1.1. Historia de la información radiofónica en el mundo
 - 9.1.2. Origen
 - 9.1.3. Evolución de la información radiofónica
- 9.2. De los géneros literarios a los radiofónicos
 - 9.2.1. Introducción
 - 9.2.2. La razón de ser de los géneros
 - 9.2.3. De los géneros literarios a los radiofónicos, pasando por los periodísticos
 - 9.2.4. Clasificación de los géneros radiofónicos
- 9.3. Informativos
 - 9.3.1. Introducción
 - 9.3.2. La noticia como materia prima
 - 9.3.3. Tipos de programas informativos

- 9.4. El deporte como género radiofónico
 - 9.4.1. Introducción
 - 9.4.2. Historia
 - 9.4.3. Los formatos deportivos
 - 9.4.4. El futuro del deporte en la radio
- 9.5. Programas de participación de la audiencia
 - 9.5.1. Introducción
 - 9.5.2. Razones para el éxito de la participación como género radiofónico
 - 9.5.3. Tipología del género de participación
- 9.6. Dramáticos
 - 9.6.1. Introducción
 - 9.6.2. Los Subgéneros
 - 9.6.3. La técnica
- 9.7. Musicales
 - 9.7.1. Introducción
 - 9.7.2. Historia del género musical
 - 9.7.3. Los subgéneros
- 9.8. El magacín
 - 9.8.1. Introducción
 - 9.8.2. El magacín
 - 9.8.3. El magacín especializado
- 9.9. Historia de la publicidad
 - 9.9.1. Introducción
 - 9.9.2. Historia de la publicidad
 - 9.9.3. Tipos de publicidad
- 9.10. La publicidad como género radiofónico
 - 9.10.1. Introducción
 - 9.10.2. La publicidad en radio
 - 9.10.3. La publicidad como género radiofónico
 - 9.10.4. El fenómeno publicitario radiofónico en el proceso de comunicación

Módulo 10. Periodismo Digital y Redes Sociales

- 10.1. Los nuevos perfiles profesionales
 - 10.1.1. Introducción
 - 10.1.2. De la empresa tradicional a la empresa digital
 - 10.1.3. Los nuevos profesionales 2.0
 - 10.1.4. La era de los blogueros
- 10.2. Organización de la información digital
 - 10.2.1. Introducción
 - 10.2.2. La usabilidad en el entorno digital
 - 10.2.3. Etiquetas y metadatos
 - 10.2.4. Optimización para buscadores (SEO y SEM)
- 10.3. Arquitectura del contenido web
 - 10.3.1. Introducción
 - 10.3.2. Estructura de la portada
 - 10.3.3. Menú
 - 10.3.4. Titular
 - 10.3.5. Cuerpo
- 10.4. El blog periodístico y los wikis
 - 10.4.1. Introducción
 - 10.4.2. El blog periodístico
 - 10.4.3. Estructura de un post
 - 10.4.4. Etiquetas
 - 10.4.5. Comentarios
 - 10.4.6. Los Wikis
- 10.5. Microblogging y periodismo
 - 10.5.1. Introducción
 - 10.5.2. Twitter
 - 10.5.3. Las fuentes en Twitter
- 10.6. Plataformas sociales y periodismo
 - 10.6.1. Introducción
 - 10.6.2. Redes sociales y periodismo
 - 10.6.3. Integración de contenidos sociales
 - 10.6.4. Técnicas de escritura en redes sociales

- 10.7. Escritura en pantalla
 - 10.7.1. Introducción
 - 10.7.2. El abecé de la lectura en pantalla
 - 10.7.3. Adaptación de texto a formato web
 - 10.7.4. El titular en contenidos digitales
- 10.8. Escritura hipertextual y multimedia
 - 10.8.1. Introducción
 - 10.8.2. La hipertextualidad en la redacción digital
 - 10.8.3. Formatos multimedia
- 10.9. Géneros ciber periodísticos
 - 10.9.1. Introducción
 - 10.9.2. Definición
 - 10.9.3. Géneros informativos
 - 10.9.4. Géneros interpretativos
 - 10.9.5. Géneros de opinión
- 10.10. Aspectos legales en Internet
 - 10.10.1. Introducción
 - 10.10.2. Responsabilidad jurídica en Internet
 - 10.10.3. Gestión de la reputación en línea
 - 10.10.4. Compartir contenidos en Internet

Módulo 11. Introducción al periodismo de investigación

- 11.1. Periodismo de Investigación. Legalidad y Transparencia
 - 11.1.1. Historia del Periodismo de Investigación
 - 11.1.2. Antecedentes
 - 11.1.3. Actualidad del Periodismo de Investigación
 - 11.1.4. Escenario cambiante del Periodismo de Investigación
 - 11.1.5. Periodismo de Datos
 - 11.1.6. Proceso de la investigación periodística
 - 11.1.6.1. Identificación del objeto de estudio
 - 11.1.6.2. Planificación
 - 11.1.6.3. Búsqueda y selección de las fuentes de investigación
 - 11.1.6.4. Redacción
 - 11.1.6.5. Publicación
 - 11.1.7. Derecho a la información pública
 - 11.1.8. Transparencia y gobierno abierto
 - 11.1.9. Open data y Big data
 - 11.1.10. Normativa del Periodismo de Investigación
 - 11.1.11. Legislación, ética y participación ciudadana
- 11.2. Las Fuentes Secundarias de la Información
 - 11.2.1. ¿Qué son las Fuentes Secundarias?
 - 11.2.2. Fiabilidad de las fuentes
 - 11.2.3. Fuentes españolas
 - 11.2.4. Fuentes europeas
 - 11.2.5. Fuentes latinoamericanas
 - 11.2.6. Otras fuentes internacionales
 - 11.3. Periodismo de precisión
 - 11.3.1. Principios del periodismo de precisión
 - 11.3.2. Transparencia y libertad de acceso a la información
 - 11.3.3. Acceso informático a bases de datos en la investigación periodística
 - 11.3.4. Conflictos pragmáticos entre libertad de acceso a la información e intimidad
 - 11.3.5. Técnicas sociológicas del periodismo de precisión
 - 11.4. Periodismo Cívico
 - 11.4.1. ¿Qué es el Periodismo Cívico?
 - 11.4.2. Diferencia entre "Periodismo Cívico" y "Periodismo de los ciudadanos"
 - 11.4.3. Ejemplos de Periodismo Cívico
 - 11.4.4. Limitaciones y riesgos reales del Periodismo Cívico
 - 11.5. Periodismo de Datos. Estadística para este tipo de periodismo
 - 11.5.1. Conceptos estadísticos básicos para periodismo
 - 11.5.2. Medidas de tendencia central
 - 11.5.3. Medidas de dispersión
 - 11.5.4. Gráficos
 - 11.6. Narración digital en Periodismo
 - 11.6.1. El periodismo en la era digital
 - 11.6.2. Escribir en Internet. Nuevos perfiles profesionales
 - 11.6.3. Escritura en pantalla

- 11.6.4. Redes Sociales
- 11.6.5. Cibercultura y Ciberdemocracia
 - 11.6.5.1. Transformación del entorno mediático
- 11.6.6. Géneros ciberperiodísticos
 - 11.6.6.1. Hipertexto
 - 11.6.6.2. Sonido
 - 11.6.6.3. Vídeo
 - 11.6.6.4. Fotografía
 - 11.6.6.5. HTML
- 11.6.7. Nuevos modelos de negocio de la comunicación en el entorno digital
- 11.7. Periodismo y Redes Sociales
 - 11.7.1. Historia de las Redes Sociales
 - 11.7.2. Impacto de las Redes Sociales en la actividad periodística tradicional
 - 11.7.3. El periodismo en las Redes Sociales
 - 11.7.4. Verificación de contenido en Redes Sociales
 - 11.7.5. Principales Redes Sociales
- 11.8. Nuevas tendencias del periodismo en el ámbito de los contenidos
 - 11.8.1. Más Redes Sociales
 - 11.8.2. Predominio de la fotografía y el vídeo
 - 11.8.3. Especialización
 - 11.8.4. "Fake News" y cómo afrontarlas
 - 11.8.5. Comercialización de los contenidos digitales
- 11.9. Perfiles periodísticos emergentes
 - 11.9.1. Reportero multimedia
 - 11.9.2. Periodismo inmersivo/360 grados
 - 11.9.3. Engagement en medios de comunicación
 - 11.9.4. Big Data y Periodismo de Datos
 - 11.9.5. Futuros perfiles periodísticos emergentes
- 11.10. Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia dentro de la Sociedad-red
 - 11.10.1. Sociedad Red y transformación digital
 - 11.10.2. Estrategias para las nuevas estructuras organizativas

- 11.10.3. Complejidad y evolución organizativa
- 11.10.4. La empresa multimedia
- 11.10.5. La importancia del contenido multimedia
- 11.10.6. Aplicaciones multimedia en la empresa

Módulo 12. Metodología de la investigación

- 12.1. Nociones básicas sobre investigación: la ciencia y el método científico
 - 12.1.1. Definición del método científico
 - 12.1.2. Método analítico
 - 12.1.3. Método sintético
 - 12.1.4. Método inductivo
 - 12.1.5. El pensamiento cartesiano
 - 12.1.6. Las reglas del método cartesiano
 - 12.1.7. La duda metódica
 - 12.1.8. El primer principio cartesiano
 - 12.1.9. Los procedimientos de inducción según J. Mill Stuart
- 12.2. El proceso general de la investigación: enfoque cuantitativo y cualitativo
 - 12.2.1. Presupuestos epistemológicos
 - 12.2.2. Aproximación a la realidad y al objeto de estudio
 - 12.2.3. Relación sujeto-objeto
 - 12.2.4. Objetividad
 - 12.2.5. Procesos metodológicos
 - 12.2.6. La integración de métodos
- 12.3. Paradigmas de investigación y métodos derivados de ellos
 - 12.3.1. ¿Cómo surgen las ideas de investigación?
 - 12.3.2. ¿Qué investigar en educación?
 - 12.3.3. Planteamiento del problema de investigación
 - 12.3.4. Antecedentes, justificación y objetivos de la investigación
 - 12.3.5. Fundamentación teórica
 - 12.3.6. Hipótesis, variables y definición de conceptos operativos
 - 12.3.7. Selección del diseño de investigación
 - 12.3.8. El muestreo en estudios cuantitativos y cualitativos

12.4. Proceso y etapas de la investigación cuantitativa

- 12.4.1. Fase 1: Fase conceptual
- 12.4.2. Fase 2: Fase de planificación y diseño
- 12.4.3. Fase 3: Fase empírica
- 12.4.4. Fase 4: Fase analítica
- 12.4.5. Fase 5: Fase de difusión

12.5. Tipos de investigación cuantitativa

- 12.5.1. Investigación histórica
- 12.5.2. Investigación correlacional
- 12.5.3. Estudio de caso
- 12.5.4. Investigación “ex post facto” sobre hechos cumplidos
- 12.5.5. Investigación cuasi-experimental
- 12.5.6. Investigación experimental

12.6. Proceso y etapas de la investigación cualitativa

- 12.6.1. Fase 1: Fase preparatoria
- 12.6.2. Fase 2: Fase de campo
- 12.6.3. Fase 3: Fase analítica
- 12.6.4. Fase 4: Fase informativa

12.7. Tipos de investigación cualitativa

- 12.7.1. La etnografía
- 12.7.2. La teoría fundamentada
- 12.7.3. La fenomenología
- 12.7.4. El método biográfico y la historia de vida
- 12.7.5. El estudio de casos
- 12.7.6. El análisis de contenido
- 12.7.7. El examen del discurso
- 12.7.8. La investigación acción participativa

12.8. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cuantitativos

- 12.8.1. La entrevista estructurada
- 12.8.2. El cuestionario estructurado
- 12.8.3. Observación sistemática
- 12.8.4. Escalas de actitud
- 12.8.5. Estadísticas
- 12.8.6. Fuentes secundarias de información

12.9. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos

- 12.9.1. Entrevista no estructurada
- 12.9.2. Entrevista en profundidad
- 12.9.3. Grupos focales
- 12.9.4. Observación simple, no regulada y participativa
- 12.9.5. Historias de vida
- 12.9.6. Diarios
- 12.9.7. Análisis de contenidos
- 12.9.8. El método etnográfico

12.10. Control de calidad de los datos

- 12.10.1. Requisitos de un instrumento de medición
 - 12.10.1.1. Procesamiento y análisis de datos cuantitativos
 - 12.10.1.2. Validación de datos cuantitativos
 - 12.10.1.3. Estadística para el análisis de datos
 - 12.10.1.4. Estadística descriptiva
 - 12.10.1.5. Estadística inferencial
- 12.10.2. Procesamiento y análisis de datos cualitativos
 - 12.10.2.1. Reducción y categorización
 - 12.10.2.2. Clarificar, sintetizar y comparar
 - 12.10.2.3. Programas para el análisis cualitativo de datos textuales

Módulo 13. Periodismo de datos

13.1. Periodismo de Datos I. Fuentes de Investigación y procesamiento de datos

- 13.1.1. Introducción al Periodismo de Datos
- 13.1.2. Fuentes oficiales de datos
 - 13.1.2.1. Fuentes oficiales de datos a escala nacional
 - 13.1.2.2. Fuentes oficiales de datos a escala internacional
- 13.1.3. Fuentes extraoficiales de datos
- 13.1.4. Formatos de Periodismo de Datos I
 - 13.1.4.1. Internet
 - 13.1.4.2. Prensa, Televisión y Radio

13.2. Periodismo de Datos II. Herramientas digitales para la presentación de los datos

13.2.1. Estado de la cuestión

13.2.2. Tratamiento de datos

13.2.3. Visualización de datos

13.2.3.1. Visualización de datos tabulados

13.2.3.2. Visualización de relaciones

13.2.3.3. Visualización de mapas

13.2.3.4. Visualización de Java Script

13.3. Metodología y Técnicas de Investigación en Periodismo

13.3.1. Metodología de la investigación en Ciencias Sociales

13.3.1.1. El carácter empírico de la investigación social

13.3.1.2. El método científico en Ciencias Sociales

13.3.1.3. La investigación científica

13.3.1.4. La elección del objeto de la investigación

13.3.2. Etapas del proceso de investigación

13.3.2.1. Identificación, delimitación, definición, descripción y explicación del problema

13.3.2.2. Formulación de objetivos y preguntas de investigación

13.3.2.3. Revisión de literatura

13.3.2.3.1. Antecedentes

13.3.2.3.2. Conceptos

13.3.2.3.3. Teorías

13.3.2.4. Planificación del diseño de investigación

13.3.2.4.1. Selección de la muestra

13.3.2.4.2. Tipo de estudio

13.3.2.4.3. Procedimiento

13.3.2.4.4. Recogida de información

13.3.2.5. Ejecución analítica de la investigación

13.3.2.5.1. Obtención de datos

13.3.2.5.2. Presentación de datos

13.3.2.5.3. Análisis de datos

13.3.2.5.4. Conclusiones

13.3.2.6. Redacción del informe de investigación

13.4. Técnicas de Investigación Cuantitativa

13.4.1. ¿Qué es la Investigación Cuantitativa?

13.4.2. Características

13.4.3. Herramientas de investigación

13.4.4. Recopilación de datos

13.5. Técnicas de Investigación Cualitativa

13.5.1. ¿Qué es la Investigación Cualitativa?

13.5.2. Características

13.5.3. Herramienta de investigación

13.5.4. Recopilación de datos

13.6. La encuesta

13.6.1. ¿Qué es la encuesta?

13.6.2. Características

13.6.3. Tipos

13.6.4. Aplicaciones

13.7. El cuestionario

13.7.1. ¿Qué es el cuestionario?

13.7.2. Características

13.7.3. Tipos

13.7.4. Aplicaciones

13.8. Entrevista en profundidad

13.8.1. ¿Qué es la entrevista en profundidad?

13.8.2. Características

13.8.3. Tipos

13.8.4. Aplicaciones

13.9. Focus Group

13.9.1. ¿Qué es el Focus Group?

13.9.2. Características

13.9.3. Tipos

13.9.4. Guion de preguntas

13.9.5. Aplicaciones

- 13.10. Observación participante
 - 13.10.1. ¿Qué es la observación participante?
 - 13.10.2. Características
 - 13.10.3. Tipos
 - 13.10.4. Aplicaciones

Módulo 14. Componente narrativo y discursivo

- 14.1. Narrativa periodística. Teoría y análisis
 - 14.1.1. Periodismo de calidad
 - 14.1.2. Periodismo y responsabilidad social
 - 14.1.3. Influencia de la narrativa periodística en el entorno social
 - 14.1.4. Contexto comunicativo y discursivo del periodismo
- 14.2. Discurso, texto y comunicación
 - 14.2.1. Tipos y organización del discurso
 - 14.2.2. Tipos de texto
 - 14.2.3. Comunicación en Internet
 - 14.2.4. Comunicación audiovisual
- 14.3. Nuevas tendencias de la escritura
 - 14.3.1. Responsabilidad social y ética del Periodismo
 - 14.3.2. Análisis semántico, pragmático y semiótico de textos
 - 14.3.3. Nuevos marcos teóricos de la comunicación en la era de Internet
 - 14.3.4. Nuevos paradigmas teóricos-metodológicos
- 14.4. La Investigación en el Periodismo
 - 14.4.1. Diseño de la investigación
 - 14.4.2. Construcción del marco teórico
 - 14.4.3. Construcción del marco analítico
 - 14.4.4. Escritura científica
- 14.5. El análisis del discurso como técnica de Investigación en Periodismo
 - 14.5.1. Sistemática
 - 14.5.2. Observación
 - 14.5.3. Registro de fenómenos culturales y socio-comunicativos
 - 14.5.4. Carácter conversacional
 - 14.5.5. Descripción de la producción, emisión e interpretación de discursos sociales
- 14.6. Redacción informativa
 - 14.6.1. Nuevas disciplinas en redacción digital
 - 14.6.2. Criterios de escritura
 - 14.6.3. Diseño de contenidos
 - 14.6.4. Nuevas tendencias narrativas
- 14.7. Redacción de informes de investigación
 - 14.7.1. Fuentes científicas de investigación
 - 14.7.2. Bases de datos
 - 14.7.3. Recursos electrónicos
 - 14.7.4. Citas y referencias
- 14.8. Lenguaje audiovisual
 - 14.8.1. Concepto de imagen
 - 14.8.2. Concepto de sonido
 - 14.8.3. Normas básicas de lenguaje audiovisual
 - 14.8.4. Elementos del lenguaje audiovisual
- 14.9. Narrativa audiovisual
 - 14.9.1. Estructura del informativo de televisión
 - 14.9.2. Realización de programas informativos
 - 14.9.3. Estilos de narración informativa
 - 14.9.4. Narración informativa en la Sociedad Digital
- 14.10. El Periodismo de Investigación desde una perspectiva del cambio cultural
 - 14.10.1. Teorías y métodos para el estudio del cambio cultural
 - 14.10.2. Archivos, fuentes y escritura para abordar los problemas del estudio del cambio cultural
 - 14.10.3. Análisis del cambio cultural
 - 14.10.4. Aspectos/componentes del cambio cultural en lo que respecta al Periodismo de Investigación

Módulo 15. Investigación en medios digitales

- 15.1. El método científico y sus técnicas
 - 15.1.1. Introducción
 - 15.1.2. El método científico y sus técnicas
 - 15.1.3. Método científico y técnicas metodológicas
 - 15.1.4. Diseño y fases de una investigación
 - 15.1.5. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
 - 15.1.6. Enfoques y perspectivas en una investigación
 - 15.1.7. Normas éticas y deontológicas
- 15.2. Metodología I
 - 15.2.1. Introducción
 - 15.2.2. Los aspectos medibles: el método cuantitativo
 - 15.2.3. Las técnicas cuantitativas
 - 15.2.4. Tipos de encuesta
 - 15.2.5. La preparación del cuestionario y la exposición de resultados
- 15.3. Metodología II
 - 15.3.1. Introducción
 - 15.3.2. Los aspectos medibles: el método cualitativo
 - 15.3.3. Las técnicas cualitativas
 - 15.3.4. Las entrevistas individuales y su tipología
 - 15.3.5. La entrevista en grupo y sus variables: grupos de discusión o focus groups
 - 15.3.6. Otras técnicas conversacionales: Philips 66, brainstorming, Delphi, núcleos de intervención participativa, árbol de problemas y soluciones
 - 15.3.7. La investigación-acción participativa
- 15.4. Metodología III
 - 15.4.1. Introducción
 - 15.4.2. Desvelar los comportamientos y las interacciones comunicativas: la observación y sus variantes
 - 15.4.3. La observación como método científico
 - 15.4.4. El procedimiento: la planificación de una observación sistemática
 - 15.4.5. Diferentes modalidades de observación
 - 15.4.6. La observación online: etnografía virtual
- 15.5. Metodología IV
 - 15.5.1. Introducción
 - 15.5.2. Desvelar el contenido de los mensajes: análisis de contenido y de discurso
 - 15.5.3. Introducción al análisis de contenido cuantitativo
 - 15.5.4. La selección de la muestra y el diseño de las categorías
 - 15.5.5. El procesamiento de los datos
 - 15.5.6. El análisis crítico de discurso
 - 15.5.7. Otras técnicas para el análisis de los textos mediáticos
- 15.6. Técnicas de recogida de datos digitales
 - 15.6.1. Introducción
 - 15.6.2. Conocer las reacciones: experimentar en comunicación
 - 15.6.3. Introducción a los experimentos
 - 15.6.4. Qué es un experimento en comunicación
 - 15.6.5. La experimentación y sus tipologías
 - 15.6.6. El diseño práctico del experimento
- 15.7. Técnicas de organización de datos digitales
 - 15.7.1. Introducción
 - 15.7.2. La información digital
 - 15.7.3. Problemáticas y propuestas metodológicas
 - 15.7.4. La prensa online: características y aproximación a su análisis
- 15.8. Servicios instrumentales participativos
 - 15.8.1. Introducción
 - 15.8.2. Internet como objeto de estudio: criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de sus contenidos
 - 15.8.3. Internet como objeto de estudio
 - 15.8.4. Criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de los contenidos en Internet
- 15.9. Calidad de internet como fuente: estrategias de validación y confirmación
 - 15.9.1. Introducción
 - 15.9.2. Investigación sobre Internet y las plataformas digitales
 - 15.9.3. Búsquedas y exploración en el entorno online
 - 15.9.4. Aproximación a la investigación de los formatos digitales: los blogs
 - 15.9.5. Aproximación a métodos de investigación de las redes sociales
 - 15.9.6. La investigación de los hipervínculos

- 15.10. Difusión de la actividad investigadora
 - 15.10.1. Introducción
 - 15.10.2. Tendencias de investigación en comunicación
 - 15.10.3. Introducción al panorama contemporáneo de la investigación en comunicación
 - 15.10.4. La readaptación de los objetos clásicos de la investigación comunicacional
 - 15.10.5. La aparición de los objetos clásicos de la investigación
 - 15.10.6. Hacia la interdisciplinariedad y la hibridación metodológica

Módulo 16. El reportaje de televisión

- 16.1. La industria televisiva. Una aproximación estructural
 - 16.1.1. Características principales de la industria televisiva
 - 16.1.2. Normativa legal del sector
 - 16.1.3. Generación de contenidos. Producción, distribución y emisión
 - 16.1.4. Estudio general de medios
 - 16.1.5. Modelos de negocio
- 16.2. Marco regulativo del reportaje de televisión
 - 16.2.1. Ley general audiovisual
 - 16.2.2. Propiedad intelectual y derecho de autor
 - 16.2.3. Limitaciones al derecho de autor
 - 16.2.4. Régimen jurídico en reporterismo
- 16.3. Características del reportaje de Televisión
 - 16.3.1. Género. El reportaje
 - 16.3.2. Tipología y clasificación
 - 16.3.3. Componentes
 - 16.3.4. Imágenes
 - 16.3.5. Voz en off
 - 16.3.6. Entrevistas
 - 16.3.7. Sonido ambiente
 - 16.3.8. Música
 - 16.3.9. Factores claves de éxito del reportaje televisivo
- 16.4. Requisitos del reportaje
 - 16.4.1. Atribución
 - 16.4.2. Verificación
 - 16.4.3. Balance
 - 16.4.4. Imparcialidad
 - 16.4.5. Concisión
 - 16.4.6. Claridad
 - 16.4.7. Interés humano
- 16.5. Estructura del reportaje
 - 16.5.1. Entrada
 - 16.5.2. Cuerpo
 - 16.5.3. Enfoque
 - 16.5.4. Investigación
 - 16.5.5. Capacidad selectiva del periodista
 - 16.5.6. Dominio de la estructura del reportaje
 - 16.5.7. Cierre
- 16.6. Criterios del reportaje
 - 16.6.1. Impacto
 - 16.6.2. Oportunidad
 - 16.6.3. Preeminencia
 - 16.6.4. Proximidad
 - 16.6.5. Conflicto
 - 16.6.6. Rareza
 - 16.6.7. Exclusividad
- 16.7. Componente humano del reportaje
 - 16.7.1. Utilización de temas de interés general
 - 16.7.2. Consulta de voces. Apelación a personas y nombres familiares
 - 16.7.3. El reportaje no admite editorializar
 - 16.7.4. ¿Qué nos aporta el reportaje de televisión?
- 16.8. Recursos en el reportaje
 - 16.8.1. Documentación de datos
 - 16.8.2. Imágenes del evento
 - 16.8.3. Declaraciones de testigos
 - 16.8.4. Background de la noticia
 - 16.8.5. Datos obtenidos de fuentes primarias
 - 16.8.6. Datos obtenidos de fuentes secundarias
 - 16.8.7. Opiniones de expertos

- 16.9. Nuevas tendencias del reportaje de televisión
 - 16.9.1. Auge del entretenimiento basado en hechos
 - 16.9.2. Espectacularización de la información
 - 16.9.3. Entretenimiento, evasión y espectacularización de la información
 - 16.9.4. El infoentretenimiento
 - 16.9.5. Estructuras comunicativas. El reportaje de televisión como ente comunicador en el proceso de producción de mensajes informativos
- 16.10. Deontología profesional. Reportaje y ética periodística
 - 16.10.1. Deontología profesional y conducta ética en la profesión
 - 16.10.2. Ética y responsabilidad comunicativa
 - 16.10.3. Autorregulación de la profesión del periodista
 - 16.10.4. Responsabilidad social de la información en clave del reportaje de televisión

Módulo 17. Producción de reportajes en televisión

- 17.1. La producción en televisión
 - 17.1.1. Concepto
 - 17.1.2. Contexto
 - 17.1.3. Herramientas
 - 17.1.4. Proceso
- 17.2. Funciones/roles de la producción en la televisión
 - 17.2.1. Productor ejecutivo
 - 17.2.2. Diseñador audiovisual
 - 17.2.3. Asesor de contenido
 - 17.2.4. Pedagogo
 - 17.2.5. Guionista
 - 17.2.6. Productor
 - 17.2.7. Asistente de producción
 - 17.2.8. Director de cámaras o realizador
 - 17.2.9. Asistente de dirección o realización
 - 17.2.10. Director de escena
 - 17.2.11. Continuista o Raccord
 - 17.2.12. Floor Manager
- 17.3. Técnicas de Investigación en el reportaje de televisión
 - 17.3.1. Guion del reportaje de televisión
 - 17.3.2. Marco regulatorio de las técnicas de investigación del reportaje
 - 17.3.3. Cámara oculta
 - 17.3.4. Montaje
 - 17.3.5. Resultado final
- 17.4. Fuentes de investigación para reportajes de televisión
 - 17.4.1. Tipos de fuentes de investigación
 - 17.4.2. Tratamiento de fuentes
 - 17.4.3. Periodismo audiovisual y fuentes de información
 - 17.4.4. El reportaje televisivo en la investigación periodística
- 17.5. Fases en la elaboración de un reportaje de televisión
 - 17.5.1. Fase de preproducción
 - 17.5.1.1. Plantilla de preproducción
 - 17.5.1.1. Previsión de gastos
 - 17.5.1.1. Gestiones previas a la producción
 - 17.5.2. Fase de producción
 - 17.5.2.1. Guion definitivo
 - 17.5.2.2. Justificación del enfoque del reportaje
 - 17.5.2.3. Justificación de la estructura del reportaje
 - 17.5.2.4. Justificación de las fuentes seleccionadas
 - 17.5.2.5. Memoria presupuestaria
 - 17.5.2.6. Responsabilidades de los miembros del equipo
 - 17.5.3. Fase de posproducción
 - 17.5.4. Plan de promoción/emisión
- 17.6. Guion del reportaje de televisión
 - 17.6.1. Objetivos
 - 17.6.2. Temas
 - 17.6.3. Actualidad
 - 17.6.4. Características de un guion
 - 17.6.4.1. Objetividad
 - 17.6.4.2. Creatividad
 - 17.6.4.3. Originalidad
 - 17.6.4.4. Entretenimiento
 - 17.6.4.5. Audiencia

- 17.7. El equipo de producción
 - 17.7.1. ¿Qué se quiere producir?
 - 17.7.2. Medios necesarios para iniciar el proyecto
 - 17.7.3. Organización de medios
 - 17.7.4. Presupuesto del plan de trabajo
 - 17.7.5. Realización del trabajo ¿cómo se está llevando a cabo?
 - 17.7.6. Valoración de una orientación frente al mercado
- 17.8. Grabación, edición y posproducción del reportaje
 - 17.8.1. Toma de imágenes
 - 17.8.2. Iluminación
 - 17.8.3. Edición y montaje del reportaje
 - 17.8.4. Realización
 - 17.8.5. Producción del reportaje
- 17.9. Reproducción de reportajes de televisión
 - 17.9.1. Diseño
 - 17.9.2. Gestión
 - 17.9.3. Permisos de rodaje
 - 17.9.4. Localizaciones
 - 17.9.5. Acreditaciones
 - 17.9.6. Contactos con entrevistados
 - 17.9.7. Búsqueda de documentación
 - 17.9.8. El redactor y sus necesidades logísticas
 - 17.9.9. Equipo de grabación
 - 17.9.10. Gestión de alojamientos
 - 17.9.11. Transportes
 - 17.9.12. Desplazamientos
- 17.10. La entrevista televisiva; herramienta esencial para el reportaje de televisión
 - 17.10.1. ¿Qué es la entrevista televisiva?
 - 17.10.2. Características
 - 17.10.3. Factores que intervienen en el proceso de comunicación en televisión
 - 17.10.3.1. La apariencia personal
 - 17.10.3.2. Lo que decimos (el mensaje)
 - 17.10.3.3. Cómo se transmite el mensaje
 - 17.10.3.4. La locución

- 17.10.4. Herramientas
 - 17.10.4.1. Argumentario
 - 17.10.4.2. Mensajes, ideas claves
 - 17.10.4.3. Lianas
 - 17.10.4.4. Preguntas y respuestas
 - 17.10.4.5. Las 3 "R"

Módulo 18. Reportерismo de televisión

- 18.1. Redacción periodística
 - 18.1.1. El reportерismo. Características
 - 18.1.2. Estructura jerárquica y recursos de la redacción en prensa
 - 18.1.3. Convergencia informativa en grupos multimedia
 - 18.1.4. El nuevo periodismo
- 18.2. Cámara, edición y montaje
 - 18.2.1. Conocimiento del manejo de la cámara
 - 18.2.2. Edición y montaje del reportaje
 - 18.2.3. Proceso secuencial de la información
 - 18.2.4. Técnicas narrativas de imagen y técnicas narrativas textuales
- 18.3. Técnicas de presentación y expresión frente a la cámara. El directo en televisión
 - 18.3.1. Técnicas de expresión frente a la cámara
 - 18.3.2. Técnicas de control del aire y de las pausas
 - 18.3.3. El ritmo
 - 18.3.4. La vocalización
 - 18.3.5. La modulación de la voz
 - 18.3.6. Técnicas de respiración
- 18.4. Presentación
 - 18.4.1. Eficacia en la comunicación
 - 18.4.2. Dominio del lenguaje y la expresión corporal
 - 18.4.3. Coordinación entre la lectura del texto y el lenguaje corporal
 - 18.4.4. Lenguaje conciso, sencillo y breve
 - 18.4.5. Empatía
 - 18.4.6. Ensayos

- 18.5. Locución
 - 18.5.1. Lectura de textos
 - 18.5.2. Prácticas de articulación
 - 18.5.3. Prácticas de dicción
 - 18.5.4. Respiración
 - 18.5.5. Énfasis
 - 18.5.6. Lectura en voz alta
 - 18.5.7. Técnica de voz en off
 - 18.5.8. Lectura con estilo propio
 - 18.5.9. Locuciones en vivo
 - 18.5.10. Intención
 - 18.5.11. Naturalidad
- 18.6. Reportero televisivo. Preproducción, producción y realización
 - 18.6.1. Praxis del reportero de televisión
 - 18.6.2. Búsqueda de documentación para el reportaje
 - 18.6.3. Necesidades técnicas y humanas en el proceso de creación del reportaje
 - 18.6.4. Narrativa periodística audiovisual para lo que se va a decir en directo o en off
 - 18.6.5. Realización del reportaje
- 18.7. Fotorreportero y su tipología
 - 18.7.1. El fotorreportaje
 - 18.7.2. Fotografía informativa
 - 18.7.3. Fotografía testimonial
 - 18.7.4. Ensayo
 - 18.7.5. Foto ilustración
- 18.8. Ética y deontología en el reportero de televisión
 - 18.8.1. Respeto a la verdad
 - 18.8.2. Verificación y contrastación de fuentes
 - 18.8.3. Investigación veraz y crítica de los hechos
 - 18.8.4. Objetividad como principal meta a perseguir
- 18.9. Taller de cámara, edición y montaje
 - 18.9.1. Toma de imágenes e iluminación
 - 18.9.2. Montaje del reportaje
 - 18.9.3. El directo
 - 18.9.4. La realización

- 18.10. Taller de reportaje
 - 18.10.1. Pautas para la elección del tema
 - 18.10.2. Enfoque
 - 18.10.3. La rigurosidad del trabajo con fuentes
 - 18.10.4. Verificación de la información
 - 18.10.5. La importancia en la selección de la información

Módulo 19. Tendencias de la televisión del futuro

- 19.1. Predominancia del contenido
 - 19.1.1. Actuaciones de la industria multimedia
 - 19.1.2. Televisión por Internet
 - 19.1.3. Servicios de transmisión en directo
 - 19.1.4. Proveedores de publicidad en Internet
- 19.2. Modelos de monetización
 - 19.2.1. Ralentización de los servicios tradicionales de streaming
 - 19.2.2. Oportunidades de expansión
 - 19.2.3. Mercados extranjeros
 - 19.2.4. Licencia de contenidos
- 19.3. El consumidor de contenidos
 - 19.3.1. La audiencia ha sido sustituida por consumidores
 - 19.3.2. Contenidos originales
 - 19.3.3. Mercado competitivo
 - 19.3.4. Motores de recomendación, hiperpersonalización y edición de contenidos
- 19.4. La Televisión ligada a la ingeniería digital
 - 19.4.1. Programación
 - 19.4.2. Innovación
 - 19.4.3. Servicios digitales
 - 19.4.4. Plataformas para el consumo de contenidos
- 19.5. Big Data y una audiencia cambiante
 - 19.5.1. Hábitos de visualización
 - 19.5.2. Dificultades de retención de la audiencia
 - 19.5.3. Visualización multidispositivo
 - 19.5.4. Sistemas CRM

- 19.6. Televisión predictiva
 - 19.6.1. Estadísticas de modelización
 - 19.6.2. Minería de datos
 - 19.6.3. Consumo reactivo de contenidos
 - 19.6.4. Atracción de productos audiovisuales
- 19.7. El periodismo dron
 - 19.7.1. ¿Nuevo género periodístico?
 - 19.7.2. Repaso histórico del fenómeno dron
 - 19.7.3. Drones e informativos
 - 19.7.4. El periodismo dron ligado al Periodismo de Investigación o Fotoperiodismo
- 19.8. El periodismo de las cosas
 - 19.8.1. "La Televisión" en todas partes
 - 19.8.2. Nuevas plataformas para ver televisión
 - 19.8.3. Cambio estructural en el modelo de la televisión
 - 19.8.4. Nuevas tendencias en los enfoques, interacción e inmersión
- 19.9. Periodistas influencers
 - 19.9.1. Instastars, youtubers, vloggers
 - 19.9.2. Estrategia en Redes Sociales
 - 19.9.3. Agencias y marcas
 - 19.9.4. Relación entre influencer y televisión
- 19.10. El futuro de la Televisión en Internet
 - 19.10.1. Una televisión de calidad en Internet
 - 19.10.2. Vídeos de larga duración
 - 19.10.3. Redes de banda ancha y móvil 4G y 5G





“

En TECH encontrarás la conexión entre el periodismo tradicional y las tendencias actuales que te llevarán a impulsar tu carrera hacia el éxito profesional”

04

Objetivos docentes

El programa en Periodismo Audiovisual y Reportерismo de Televisión se centra en preparar profesionales capaces de comunicar de manera efectiva a través de medios audiovisuales, combinando habilidades técnicas y creativas con un compromiso ético y social. Del mismo modo, el programa promueve el pensamiento crítico, la capacidad de análisis y la innovación, elementos esenciales para abordar los desafíos del entorno mediático actual y garantizar una cobertura informativa veraz, dinámica y relevante.



“

¡No lo dudes más! Este es el momento para transformar tu carrera profesional y destacar en el mejor periodismo de la actualidad”



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar competencias avanzadas en el manejo de herramientas y técnicas audiovisuales para la creación de contenidos de alta calidad en televisión y plataformas digitales
- ♦ Formar líderes en la gestión de proyectos periodísticos y mediáticos, capaces de coordinar equipos multidisciplinarios en la producción de noticieros, documentales y reportajes
- ♦ Potenciar habilidades de liderazgo y gestión en el ámbito audiovisual, preparando a los estudiantes para dirigir producciones complejas que involucren diversas áreas del periodismo televisivo
- ♦ Fomentar la investigación aplicada en comunicación audiovisual y televisión, contribuyendo al desarrollo de nuevas estrategias y soluciones innovadoras en el sector



En TECH descubrirás enfoques innovadores que te permitirán transformar el entorno digital y generar un impacto significativo con tus mensajes mediáticos”





Objetivos específicos

Módulo 1. Periodismo Escrito I

- ♦ Comprender los fundamentos teóricos y clasificación de los géneros periodísticos, incluyendo su evolución hacia el periodismo digital
- ♦ Desarrollar habilidades en el manejo del lenguaje periodístico para la elaboración de noticias, narraciones, citas y titulares en diversos formatos
- ♦ Adaptar las prácticas periodísticas a las exigencias del entorno multimedia y los nuevos canales de comunicación
- ♦ Aplicar técnicas de búsqueda, organización y producción informativa, integrando estrategias de rediseño en medios impresos y digitales

Módulo 2. Periodismo Escrito II

- ♦ Analizar las teorías y clasificaciones de los géneros periodísticos, enfatizando la interpretación como tarea esencial del periodista
- ♦ Identificar las características, estructura y estilo de la crónica periodística en sus diversas modalidades y su adaptación a los entornos digitales
- ♦ Explorar las técnicas de definición, planificación, redacción y tipología del reportaje periodístico, incluyendo su evolución hacia formatos digitales
- ♦ Desarrollar habilidades para la preparación, realización y redacción de entrevistas, atendiendo a la organización del material y la creación de títulos y entradillas efectivas

Módulo 3. Documentación Informativa

- ♦ Comprender los principios, funciones y evolución histórica de la documentación informativa como ciencia en el contexto de la sociedad del conocimiento
- ♦ Analizar los procesos de selección, catalogación, indización y clasificación documental, así como los lenguajes utilizados en estos sistemas

- ♦ Dominar las técnicas de recuperación de información y el manejo de bases de datos, incluyendo su evaluación y las herramientas digitales disponibles
- ♦ Aplicar criterios de análisis y gestión documental en diversos formatos (fotográficos, radiofónicos, audiovisuales y textuales) para medios escritos y digitales

Módulo 4. Diseño de Publicaciones

- ♦ Examinar la evolución histórica de la escritura y los sistemas de impresión, desde la tecnología manual hasta la mecanización y digitalización
- ♦ Identificar y aplicar los elementos esenciales del diseño periodístico, incluyendo imágenes, tipografía, color y formatos, para optimizar la comunicación visual en medios escritos
- ♦ Analizar principios de distribución de información y diseño modular, aplicando criterios de orden y jerarquía en la composición de publicaciones periodísticas
- ♦ Explorar el impacto de la mediación digital en el diseño y producción de publicaciones, adaptándose a los cambios tecnológicos en el entorno periodístico actual

Módulo 5. Narrativa Audiovisual

- ♦ Desarrollar una comprensión integral de los conceptos y particularidades del lenguaje audiovisual, integrando elementos como imagen, sonido y discurso narrativo
- ♦ Analizar las estructuras narrativas en el guion audiovisual, incluyendo la construcción de personajes, diálogos y géneros cinematográficos
- ♦ Explorar los fundamentos del montaje fílmico y su evolución, con especial énfasis en su impacto en la narrativa audiovisual contemporánea
- ♦ Examinar nuevas estructuras narrativas y prácticas mediáticas en el paradigma digital, incluyendo formatos como el spot, tráiler y videoclip

Módulo 6. Comunicación Televisiva

- ♦ Comprender la historia, evolución y características del medio televisivo, identificando los géneros y formatos más representativos
- ♦ Analizar el lenguaje y la narración televisiva, incluyendo el uso de guiones, técnicas de locución y estrategias creativas en la programación
- ♦ Desarrollar habilidades para la producción televisiva, desde la preproducción hasta la postproducción, considerando el impacto de las tecnologías digitales
- ♦ Examinar las tendencias emergentes en creatividad y tecnología televisiva, anticipando los desafíos y oportunidades del futuro del medio

Módulo 7. Periodismo Televisivo

- ♦ Comprender la organización de redacciones televisivas y la planificación de coberturas informativas para desarrollar habilidades de gestión en un entorno informativo dinámico
- ♦ Distinguir entre los distintos tipos de programas informativos (diarios y no diarios), analizando su estructura, propósito y técnicas de producción
- ♦ Desarrollar competencias en la elaboración de formatos específicos como crónicas, reportajes y entrevistas, aplicando técnicas audiovisuales efectivas
- ♦ Analizar y aplicar técnicas de realización televisiva y edición para producir contenidos informativos de alta calidad, tanto en directo como en diferido

Módulo 8. Comunicación Radiofónica

- ♦ Explorar la historia y evolución de la radiodifusión a nivel global y regional, destacando su impacto cultural y tecnológico
- ♦ Dominar el lenguaje y los elementos característicos de la comunicación radiofónica, incluyendo la redacción, el guion y la creatividad expresiva

- ♦ Desarrollar habilidades prácticas en producción, realización y locución, con un enfoque en la improvisación y las peculiaridades del medio
- ♦ Analizar la transición hacia la radio digital, comprendiendo los cambios en los formatos de sonido y las nuevas oportunidades de interacción con la audiencia

Módulo 9. Periodismo Radiofónico

- ♦ Comprender la evolución histórica de los géneros radiofónicos, incluyendo su transición desde los géneros literarios y periodísticos
- ♦ Dominar la producción de programas informativos y de participación, identificando las claves de su éxito en la audiencia
- ♦ Analizar los géneros especializados como deportivos, dramáticos y musicales, explorando su desarrollo histórico y técnicas distintivas
- ♦ Evaluar el rol de la publicidad como género radiofónico, entendiendo su influencia en el proceso comunicativo y su evolución en el tiempo

Módulo 10. Periodismo Digital y Redes Sociales

- ♦ Comprender las transformaciones del periodismo en el entorno digital y el papel de las redes sociales en la difusión de información
- ♦ Adquirir habilidades en la organización y optimización de contenido digital para mejorar su accesibilidad y visibilidad
- ♦ Analizar y aplicar técnicas de escritura digital adaptadas a diferentes plataformas y audiencias
- ♦ Explorar las tendencias actuales y emergentes del periodismo digital y su impacto en la sociedad

Módulo 11. Introducción al Periodismo de Investigación

- ♦ Estudiar los fundamentos históricos, éticos y legales del periodismo de investigación
- ♦ Desarrollar competencias para identificar, planificar y ejecutar investigaciones periodísticas rigurosas
- ♦ Explorar técnicas avanzadas como el periodismo de datos, la estadística aplicada y el análisis de grandes volúmenes de información
- ♦ Analizar los nuevos modelos narrativos y perfiles emergentes en el periodismo de investigación en la era digital

Módulo 12. Metodología de la Investigación

- ♦ Comprender los principios fundamentales del método científico y su aplicación en la investigación
- ♦ Diferenciar entre los enfoques cuantitativo y cualitativo y sus respectivos procesos y técnicas
- ♦ Desarrollar habilidades para seleccionar y aplicar métodos e instrumentos adecuados para la recogida y análisis de datos
- ♦ Garantizar la calidad y validez de los datos mediante el control riguroso en cada etapa de la investigación

Módulo 13. Periodismo de Datos

- ♦ Identificar fuentes de datos oficiales y extraoficiales para investigaciones periodísticas
- ♦ Aplicar herramientas digitales para procesar y visualizar datos con precisión
- ♦ Desarrollar metodologías de investigación cuantitativa y cualitativa en periodismo
- ♦ Adaptar formatos narrativos a medios digitales y tradicionales

Módulo 14. Componente Narrativo y Discursivo

- ♦ Analizar la influencia social de las narrativas periodísticas
- ♦ Diseñar marcos teóricos y analíticos para investigaciones discursivas
- ♦ Incorporar estilos narrativos innovadores en contextos digitales
- ♦ Utilizar el análisis de discurso para interpretar mensajes sociales y culturales

Módulo 15. Investigación en Medios Digitales

- ♦ Implementar metodologías científicas en estudios digitales
- ♦ Diseñar técnicas efectivas para recolectar y analizar datos en línea
- ♦ Evaluar la calidad y fiabilidad de los contenidos digitales
- ♦ Difundir resultados de investigación mediante enfoques interdisciplinarios

Módulo 16. El Reportaje de Televisión

- ♦ Comprender la estructura y características de la industria televisiva y su marco regulatorio
- ♦ Identificar las principales herramientas y recursos necesarios para la creación de un reportaje televisivo
- ♦ Desarrollar habilidades críticas para evaluar la calidad de los reportajes de televisión, considerando factores éticos y deontológicos
- ♦ Aplicar los conocimientos adquiridos en la elaboración de reportajes que sean claros, concisos y de interés humano

Módulo 17. Producción de Reportajes en Televisión

- ♦ Familiarizarse con los procesos y fases de la producción televisiva, desde la planificación hasta la posproducción
- ♦ Coordinar los roles y funciones del equipo de producción, asegurando una ejecución efectiva en la creación del reportaje





- ♦ Dominar las técnicas de investigación y los recursos técnicos necesarios para la realización de reportajes audiovisuales
- ♦ Gestionar el presupuesto y los aspectos logísticos de un reportaje, garantizando la viabilidad y eficiencia del proyecto

Módulo 18. Reportерismo de Televisión

- ♦ Desarrollar competencias en redacción y presentación de noticias para televisión, con un enfoque en la objetividad y la narrativa audiovisual
- ♦ Practicar las técnicas de cámara, edición y montaje para la producción de reportajes informativos de calidad
- ♦ Aplicar las normas éticas y deontológicas del periodismo en la investigación, redacción y difusión de reportajes televisivos
- ♦ Dominar la expresión verbal y corporal frente a la cámara, optimizando la comunicación con la audiencia en directo y en grabaciones

Módulo 19. Tendencias de la Televisión del futuro

- ♦ Analizar la evolución de la televisión y su adaptación a los nuevos modelos de consumo digital, explorando las tendencias de contenido, plataformas y servicios de transmisión en línea
- ♦ Evaluar los modelos de monetización emergentes en la televisión, incluyendo la ralentización de los servicios tradicionales y las oportunidades de expansión en mercados extranjeros
- ♦ Explorar el impacto del Big Data, la hiperpersonalización y las plataformas digitales en la transformación de la audiencia tradicional en consumidores activos de contenido
- ♦ Investigar nuevas tecnologías y formatos, como el periodismo dron y la televisión predictiva, y su influencia en el futuro de la producción y consumo de contenidos televisivos

05

Salidas profesionales

Las salidas profesionales de este programa en Periodismo Audiovisual y Reportaje de Televisión abarcan una amplia gama de roles en el ámbito de los medios de comunicación. Los egresados pueden desempeñarse como periodistas multimedia, productores y realizadores de contenido audiovisual para televisión. Además, pueden liderar equipos de trabajo en departamentos de producción, reportajes y documentales en cadenas de televisión, agencias de noticias y medios digitales.



“

*Enfrenta los desafíos del sector mediático actual
con el mejor acompañamiento educativo que solo
ofrece TECH”*

Perfil del egresado

El egresado del programa en Periodismo Audiovisual y Reportaje de Televisión se distingue por su capacidad para liderar equipos multidisciplinarios, adaptarse a los avances tecnológicos y enfrentar los retos del entorno mediático con una visión ética y crítica.

Asimismo, poseerá una sólida comprensión de los géneros periodísticos y una profunda capacidad para investigar y generar reportajes de impacto y a su vez dominará las técnicas de producción y postproducción, asegurando la creación de contenidos innovadores, rigurosos y con un enfoque narrativo único.

Construye un estilo narrativo en los contenidos audiovisuales adaptado a tu público objetivo, aprendiendo con el método Releanding de TECH"

- ♦ **Capacidad investigativa:** Habilidad para realizar investigaciones profundas y exhaustivas, tanto en el ámbito cultural como en el periodismo de investigación
- ♦ **Gestión de proyectos multimedia:** Habilidad para coordinar equipos multidisciplinarios y gestionar procesos operativos de producción
- ♦ **Dominio de la narrativa audiovisual:** Capacidad para crear relatos cautivadores, tanto visuales como sonoros, que enganchen a la audiencia
- ♦ **Conocimiento de la industria televisiva:** Familiaridad con la estructura, normativa y modelos de negocio de la industria televisiva



Después de realizar el Grand Master, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Periodista de Investigación:** Encargado de realizar investigaciones profundas sobre temas de interés público, generando reportajes de alto impacto informativo
2. **Productor Ejecutivo:** Responsable de coordinar todas las etapas de producción de proyectos audiovisuales, gestionando el equipo y los recursos para asegurar la correcta ejecución.
3. **Director de Reportajes:** Líder del equipo de producción de reportajes, supervisando el enfoque, la estructura y el desarrollo narrativo del contenido audiovisual
4. **Jefe de Producción Audiovisual:** Gestiona y coordina los recursos técnicos, humanos y financieros de la producción de reportajes y programas televisivos
5. **Director de Comunicaciones Audiovisuales:** Gestiona la comunicación interna y externa en empresas o instituciones, asegurando una correcta transmisión de los mensajes a través de medios audiovisuales

“

La mejor manera de convertirte en el profesional que tanto sueñas y lo mejor 100% online”

06

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% online 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.



“

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% online: 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% online 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 online 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 online, 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

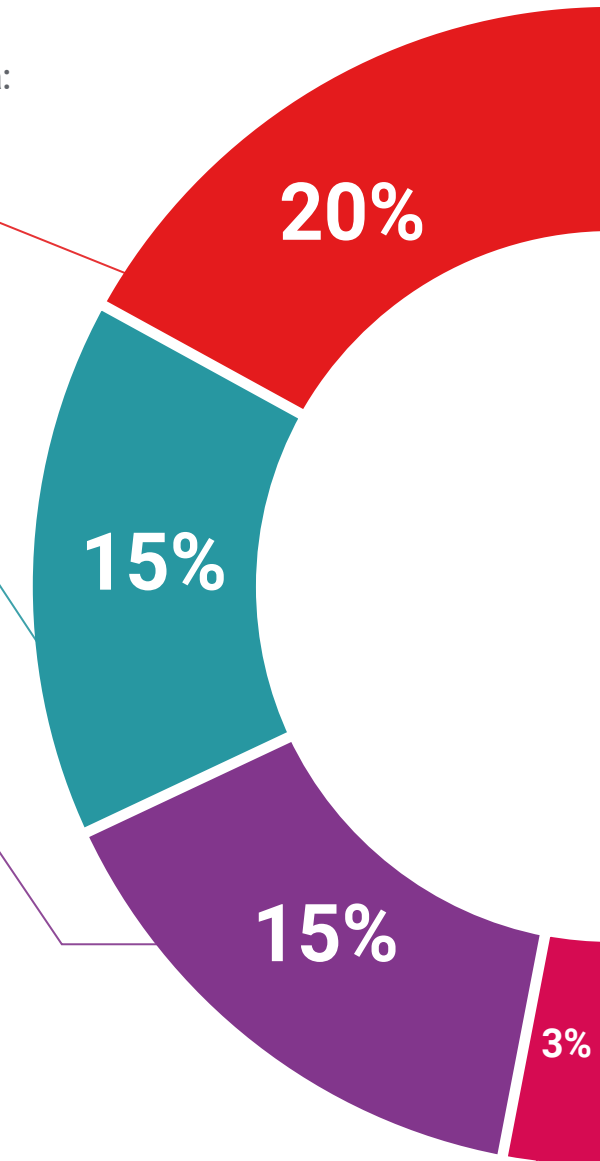
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

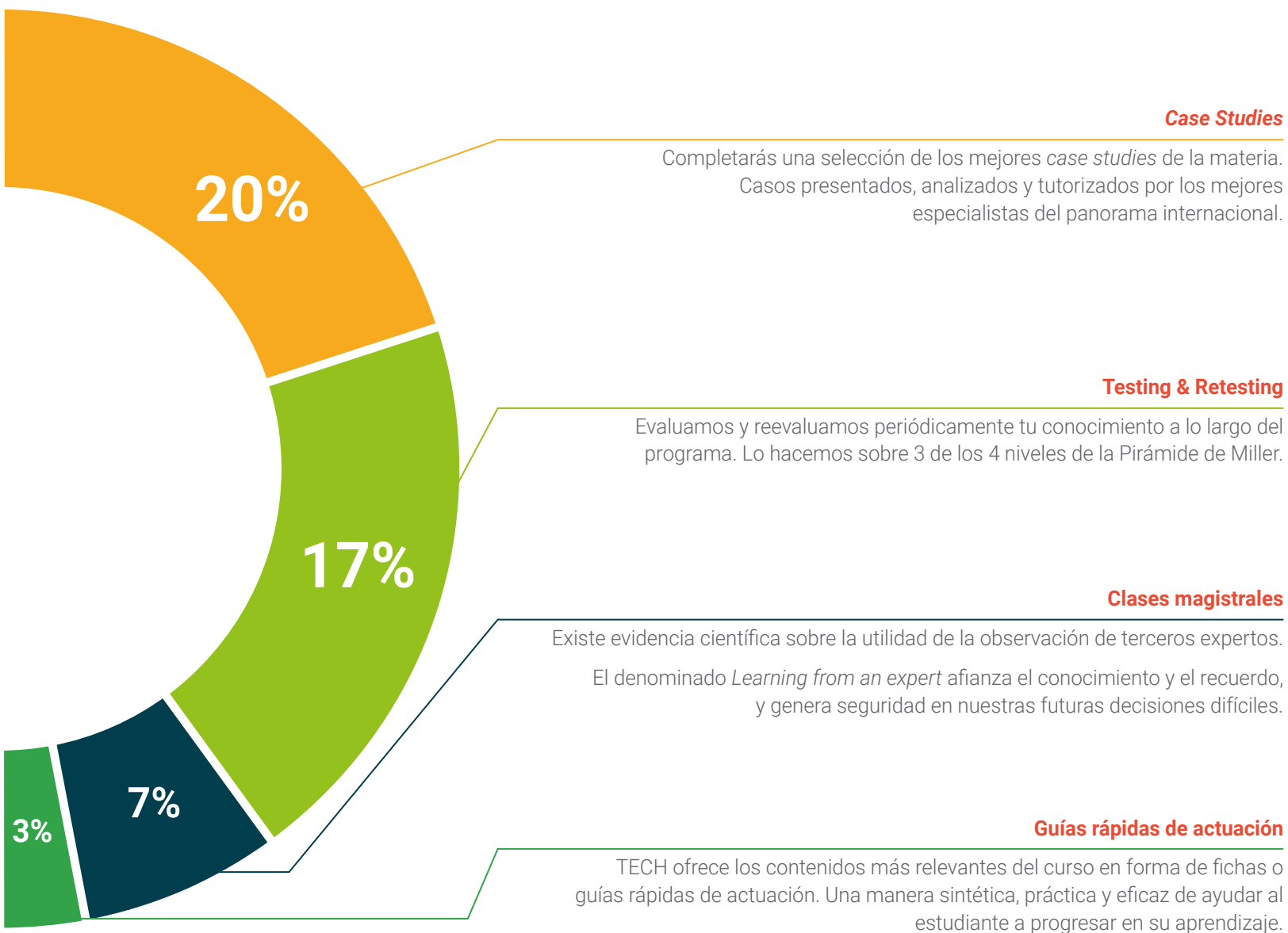
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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



Testing & Retesting



Clases magistrales



Guías rápidas de actuación



07

Cuadro docente

El cuadro docente del Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reportерismo de Televisión está compuesto por profesionales altamente cualificados y con vasta experiencia en comunicación corporativa. Estos expertos combinan conocimientos teóricos y prácticos, brindando a los estudiantes las herramientas necesarias para abordar los desafíos de la gestión de reputación y la construcción de identidad en un entorno global y competitivo.



“

Cada uno de los docentes de este programa cuentan con una dilatada en el mundo audiovisual y del relato periodístico”

Director Invitado Internacional

Andrew Mackenzie es una figura destacada en la **producción audiovisual y multimedia** a nivel internacional, con más de 20 años de experiencia en la industria. A lo largo de su carrera, ha demostrado una capacidad excepcional para formular y ejecutar **proyectos periodísticos y campañas comerciales** multiplataforma. Así, ha sido reconocido con varios premios donde se incluyen el “Mejor uso de Youtube” por Digiday, “Equipo de Vídeo del Año” por Drum y “Mejor podcast de noticias” en los Press Awards por su trabajo en The Telegraph.

Su profundo conocimiento del proceso de realización en **audio y vídeo** le ha conducido a ocupar importantes puestos en **medios de comunicación** de renombre. Los periódicos **The Sun** y **The Telegraph**, de gran impacto en Reino Unido, han sido algunos de los escenarios laborales más importantes donde se ha desempeñado este experto. A través de ambas posiciones ha conseguido un profundo entendimiento de las **dinámicas de funcionamiento** en una plataforma en línea y cómo entregar **contenido eficaz y atractivo**.

Por otro lado, ha sido responsable de supervisar la realización de materiales para **grupos mediáticos** de prestigio, gestionando **presupuestos** y estableciendo **políticas editoriales** precisas. Al mismo tiempo, ha colaborado con líderes del mundo audiovisual, entregando productos de excelencia y a la vanguardia en materia de **tecnologías y estilos narrativos**. Igualmente, Mackenzie ha trabajado con marcas como Audi, TAG McLaren, Citroen, KIA, BMW, entre otras.

Su experiencia abarca desde la **producción, filmación y edición** de proyectos de pequeña a gran escala en **múltiples ubicaciones mundiales**. También la creación de contenido de marca atractivo y la gestión de eventos basados en locaciones y documentales en lugares remotos como el Himalaya. Su versatilidad y habilidad para manejar tanto **contenido periodístico** como **publicitario** lo han convertido verdadero referente entre los expertos de la comunicación.



D. Mackenzie, Andrew

- Director de Vídeo en el Periódico The Sun, Londres, Reino Unido
- Jefe de Vídeo y Audio en el Periódico The Telegraph, Reino Unido
- Jefe de Edición de Vídeo en CarGurus
- Jefe de Audio y Cine en el Telegraph Media Group Limited
- Responsable de Retoque Fotográfico Electrónico en Bauer Media
- Director de Estudio de Preimpresión en Compact Litho
- Formación LPC en el Instituto City and Guilds de Reino Unido

“

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

08

Titulación

El Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reportерismo de Televisión garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reportерismo de Televisión** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Grand Master** emitido por **TECH Universidad**.

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

Título: **Grand Master en Periodismo Audiovisual y Reportерismo de Televisión**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **2 años**



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



Grand Master

Periodismo Audiovisual
y Reportерismo
de Televisión

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

Periodismo Audiovisual y Reportalismo de Televisión

