

Maestría Oficial Universitaria

Comunicación Multimedia

Nº de RVOE: 20252889



tech
universidad



Nº de RVOE: 20252889

Maestría Oficial Universitaria Comunicación Multimedia

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **2 años**

Fecha acuerdo RVOE: **02/09/2025**

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

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Convalidación
de asignaturas

pág. 28

05

Objetivos docentes

pág. 34

06

Salidas profesionales

pág. 40

07

Idiomas gratuitos

pág. 44

08

Metodología de estudio

pág. 48

09

Titulación

pág. 58

10

Homologación del título

pág. 62

11

Requisitos de acceso

pág. 66

12

Proceso de admisión

pág. 70

01

Presentación del programa

La Comunicación Multimedia ha revolucionado la forma en la que los públicos interactúan y comparten información en la era digital. En este sentido, la integración de diferentes formatos como texto, audio y vídeo permite generar contenidos más dinámicos y atractivos. De esta forma, favorece significativamente la transmisión de mensajes complejos y la participación del usuario. No obstante, para disfrutar de sus beneficios, los profesionales necesitan desarrollar competencias avanzadas para manejar herramientas tecnológicas, diseñar experiencias interactivas y adaptar los contenidos a distintas plataformas. Bajo esta premisa, TECH ha ideado un exclusivo programa universitario enfocado en la Comunicación transmedia. Todo ello, mediante una cómoda modalidad completamente en línea, que brindará el libre acceso a los contenidos didácticos.

*Este es el
momento, te
estábamos
esperando*



“

*Un programa exhaustivo y 100% en línea,
exclusivo de TECH y con una perspectiva
internacional respaldada por nuestra afiliación
con International Communication Association”*

De acuerdo con un nuevo estudio realizado por la Organización de las Naciones Unidas, la Comunicación Multimedia ha experimentado un crecimiento exponencial, con más de 4.9 mil millones de usuarios de internet. A su vez, el consumo de videos en plataformas digitales ha aumentado en un 29% en el último año. Esto ha generado nuevas oportunidades y desafíos para la producción de contenidos. Por este motivo, los expertos requieren disponer de una sólida comprensión relativa al empleo de herramientas tecnológicas, las últimas tendencias en formatos Multimedia y las estrategias de *engagement* que faciliten una Comunicación efectiva.

Ante este contexto, TECH lanza una pionera Maestría Oficial Universitaria en Comunicación Multimedia. Concebida por especialistas de renombre, el itinerario académico profundizará en materias que van desde el análisis del proceso comunicativo o las particularidades del entorno digital, hasta estrategias modernas para fomentar la creatividad. En sintonía con esto, el temario ahondará en los fundamentos de la identidad corporativa teniendo presente la construcción de planes comunicativos estratégicos frente a crisis reputacionales. Al mismo tiempo, los materiales didácticos ofrecerán diversas estrategias para crear mensajes adaptados a diferentes formatos, plataformas y audiencias. De este modo, los periodistas adquirirán habilidades estratégicas avanzadas para diseñar campañas Multimedia altamente efectivas.

Por otra parte, esta titulación universitaria se desarrollará mediante una metodología 100% en línea, complementada con la revolucionaria metodología del *Relearning* que promoverá una capacitación progresiva y natural. Como resultado, los egresados no tendrán que invertir largas horas al aprendizaje o recurrir a métodos tradicionales como la memorización.

Asimismo, gracias a la membresía en la **International Communication Association (ICA)**, el alumno podrá acceder a descuentos en congresos internacionales, revistas académicas especializadas y recursos profesionales. Además, podrá conectarse con expertos de más de 90 países a través de su plataforma de *networking*, participar en comités y grupos de interés, y acceder a apoyos específicos para estudiantes y académicos en las primeras etapas de su carrera.



“

Dominarás el uso de software avanzado de edición audiovisual, diseño gráfico y producción Multimedia”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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

Te damos +

“

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

La mejor universidad 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».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

El mejor claustro docente top internacional

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

Profesorado
TOP
Internacional

La 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 once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje 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.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

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.

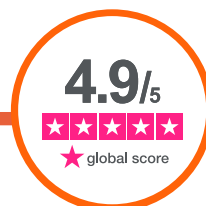
Líderes en empleabilidad

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



La universidad mejor valorada por sus alumnos

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



03

Plan de estudios

Los contenidos didácticos han sido elaborados por auténticas referencias en Comunicación Multimedia. Gracias a esto, el temario abordará desde las principales teorías del proceso comunicativo o la influencia de los medios en la cultura, hasta el funcionamiento de la industria publicitaria. En esta misma línea, el programa universitario ofrecerá diversas estrategias para la óptima creación de contenidos audiovisuales, el diseño de campañas publicitarias efectivas e incluso la gestión de proyectos transmedia. A su vez, la titulación universitaria profundizará en el uso de herramientas tecnológicas de última generación para maximizar el impacto de los mensajes en diferentes públicos.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*



“

Profundizarás en técnicas modernas para optimizar la creatividad en el desarrollo de proyectos Multimedia, con un enfoque en la interacción y experiencia del usuario”

Cabe destacar que esta opción académica se fundamentará en una flexible modalidad en línea, que les permite a los profesionales establecer individualmente sus horarios y ritmo de aprendizaje. En este sentido, tan solo precisarán de un dispositivo electrónico con conexión a internet para acceder al Campus Virtual. Allí dispondrán de una biblioteca repleta de recursos Multimedia de apoyo en formatos como vídeos en detalle, ejercicios prácticos o lecturas especializadas.

“

Usarás estrategias sofisticadas para el análisis preciso y la evaluación detallada del impacto de contenidos transmedia”

Dónde, cuándo y cómo se imparte

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





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

Asignatura 1	Estructura de la Comunicación
Asignatura 2	Teoría de la Comunicación social
Asignatura 3	Tecnología y gestión de la información y del conocimiento
Asignatura 4	Fundamentos de la Comunicación en el entorno digital
Asignatura 5	Comunicación escrita
Asignatura 6	Comunicación televisiva
Asignatura 7	Comunicación radiofónica
Asignatura 8	Creatividad en Comunicación
Asignatura 9	Identidad corporativa
Asignatura 10	Fundamentos del diseño gráfico
Asignatura 11	Metodología de la investigación

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

Asignatura 1. Estructura de la Comunicación

- 1.1. Teoría, concepto y método de la estructura de la Comunicación
 - 1.1.1. Introducción
 - 1.1.2. Autonomía de la disciplina y relaciones con otras materias
 - 1.1.3. El método estructuralista
 - 1.1.4. Definición y objeto de la estructura de la Comunicación
 - 1.1.5. Guía para el análisis de la estructura de la Comunicación
- 1.2. Nuevo orden internacional de la Comunicación
 - 1.2.1. Introducción
 - 1.2.2. Control del Estado: monopolios
 - 1.2.3. Comercialización de la Comunicación
 - 1.2.4. Dimensión cultural de la Comunicación
- 1.3. Grandes agencias informativas
 - 1.3.1. Introducción
 - 1.3.2. Qué es una agencia informativa
 - 1.3.3. Información y noticias
 - 1.3.4. Antes de internet
 - 1.3.5. Las agencias de noticias se ven gracias a internet
 - 1.3.6. Las grandes agencias mundiales
- 1.4. La industria publicitaria y su relación con el sistema de medios
 - 1.4.1. Introducción
 - 1.4.2. Industria publicitaria
 - 1.4.3. La necesidad de la publicidad para los medios de Comunicación
 - 1.4.4. La estructura de la industria publicitaria
 - 1.4.5. Los medios y su relación con la industria publicitaria
 - 1.4.6. Regulación y ética publicitaria
- 1.5. Cine y mercado de la cultura y el ocio
 - 1.5.1. Introducción
 - 1.5.2. La compleja naturaleza del cine
 - 1.5.3. El origen de la industria
 - 1.5.4. Hollywood, la capital mundial del cine

- 1.6. Poder político y medios de Comunicación
 - 1.6.1. Introducción
 - 1.6.2. Influencia de los medios de comunicación en la formación de la sociedad
 - 1.6.3. Medios de Comunicación y poder político
- 1.7. Concentración de medios y políticas de Comunicación
 - 1.7.1. Introducción
 - 1.7.2. La concentración de medios
 - 1.7.3. Políticas de Comunicación
- 1.8. Estructura de la Comunicación en Latinoamérica
 - 1.8.1. Introducción
 - 1.8.2. Estructura de la Comunicación en Latinoamérica
 - 1.8.3. Nuevas tendencias
- 1.9. Sistema de medios en Hispanoamérica y la digitalización del Periodismo
 - 1.9.1. Introducción
 - 1.9.2. Aproximación histórica
 - 1.9.3. Bipolaridad del sistema de medios hispanoamericano
 - 1.9.4. Medios hispanos en Estados Unidos de Norteamérica
- 1.10. Digitalización y futuro del Periodismo
 - 1.10.1. Introducción
 - 1.10.2. La digitalización y la nueva estructura de medios
 - 1.10.3. La estructura de la Comunicación en los países democráticos

Asignatura 2. Teoría de la Comunicación social

- 2.1. El arte de comunicar
 - 2.1.1. Introducción: el estudio de la Comunicación como Ciencia Social
 - 2.1.2. El conocimiento
 - 2.1.2.1. Las fuentes del conocimiento
 - 2.1.3. Los métodos científicos
 - 2.1.3.1. El método deductivo
 - 2.1.3.2. El método inductivo
 - 2.1.3.3. El método hipotético-deductivo



- 2.1.4. Conceptos comunes en la investigación científica
 - 2.1.4.1. Variables dependientes e independientes
 - 2.1.4.2. Hipótesis
 - 2.1.4.3. La operacionalización
 - 2.1.4.4. La ley o teoría de cobertura
- 2.2. Elementos de la Comunicación
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. Elementos de la Comunicación
 - 2.2.3. La investigación empírica
 - 2.2.3.1. Investigación básica *versus* investigación aplicada
 - 2.2.3.2. Los paradigmas de investigación
 - 2.2.3.3. Los valores en la investigación
 - 2.2.3.4. La unidad de análisis
 - 2.2.3.5. Estudios transversales y longitudinales
 - 2.2.4. Definir la Comunicación
- 2.3. Trayectorias de la investigación en Comunicación social
 - 2.3.1. Introducción: la Comunicación en el mundo antiguo
 - 2.3.2. Teóricos de la Comunicación
 - 2.3.2.1. Grecia
 - 2.3.2.2. Los sofistas, primeros teóricos de la Comunicación
 - 2.3.2.3. La retórica aristotélica
 - 2.3.2.4. Cicerón y los cánones de la retórica
 - 2.3.2.5. Quintiliano: la institución oratoria
 - 2.3.3. El periodo moderno: la teoría de la argumentación
 - 2.3.3.1. El humanismo antirretoricista
 - 2.3.3.2. La Comunicación en el Barroco
 - 2.3.3.3. De la Ilustración a la sociedad de masas
 - 2.3.4. El siglo XX: la retórica de los medios de Comunicación de masas
 - 2.3.4.1. La Comunicación mediática

- 2.4. La conducta comunicativa
 - 2.4.1. Introducción: el proceso comunicativo
 - 2.4.2. La conducta comunicativa
 - 2.4.2.1. La etología animal y el estudio de la Comunicación humana
 - 2.4.2.2. Los antecedentes biológicos de la Comunicación
 - 2.4.2.3. La Comunicación intrapersonal
 - 2.4.2.4. Los patrones de conducta comunicativa
 - 2.4.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
 - 2.4.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
 - 2.4.3.2. El contenido latente de la Comunicación no verbal: engaño en los movimientos corporales
- 2.5. La transacción comunicativa
 - 2.5.1. Introducción: la transacción comunicativa
 - 2.5.2. El análisis transaccional
 - 2.5.2.1. El yo-niño
 - 2.5.2.2. El yo-padre
 - 2.5.2.3. El yo-adulto
 - 2.5.3. Clasificación de las transacciones
- 2.6. Identidad, autoconcepto y Comunicación
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. Identidad, autoconcepto y Comunicación
 - 2.6.2.1. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades
 - 2.6.2.2. La estrategia de las emociones negativas
 - 2.6.2.3. La estrategia de las emociones positivas
 - 2.6.2.4. La estrategia de inducción de emociones en los otros
 - 2.6.2.5. La estrategia de compromiso mutuo
 - 2.6.2.6. La estrategia de la lástima o la comprensión
 - 2.6.3. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos
 - 2.6.3.1. El interaccionismo simbólico
 - 2.6.4. El constructivismo
 - 2.6.5. El autoconcepto motivado para interactuar
 - 2.6.5.1. La teoría de la acción razonada
 - 2.6.6. Pragmática conversacional

- 2.7. La Comunicación en grupos y organizaciones
 - 2.7.1. Introducción: el proceso comunicativo
 - 2.7.2. La conducta comunicativa
 - 2.7.2.1. La etología animal y el estudio de la Comunicación humana
 - 2.7.2.2. Los antecedentes biológicos de la Comunicación
 - 2.7.2.3. La Comunicación intrapersonal
 - 2.7.2.4. Los patrones de conducta comunicativa
 - 2.7.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
 - 2.7.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
 - 2.7.3.2. El contenido latente de la Comunicación no verbal: engaño en los movimientos corporales

Asignatura 3. Tecnología y gestión de la información y del conocimiento

- 3.1. Nuevas tendencias de la Comunicación
 - 3.1.1. Introducción a la informática
 - 3.1.2. ¿Qué es un ordenador?
 - 3.1.2.1. Elementos de un ordenador
 - 3.1.3. Los ficheros
 - 3.1.3.1. La compresión de ficheros
 - 3.1.4. Representación y medición de la información
 - 3.1.5. La enseñanza a distancia
 - 3.1.6. Reglas básicas de la Comunicación en línea
 - 3.1.7. ¿Cómo descargar información de internet?
 - 3.1.7.1. Guardar una imagen
 - 3.1.8. El foro como lugar de interacción
- 3.2. El diseño y las utilidades de las aulas virtuales para la enseñanza a distancia
 - 3.2.1. Introducción
 - 3.2.2. La educación a distancia
 - 3.2.2.1. Características
 - 3.2.2.2. Ventajas de la educación a distancia
 - 3.2.2.3. Generaciones de educación a distancia

- 3.2.3. Las aulas virtuales en la enseñanza a distancia
 - 3.2.3.1. El diseño de las aulas virtuales para la enseñanza a distancia
- 3.2.4. Los mundos virtuales y la educación a distancia
 - 3.2.4.1. Segunda vida
- 3.3. Técnicas para la planificación y organización
 - 3.3.1. Introducción
 - 3.3.2. Mapas de conocimiento
 - 3.3.2.1. Funcionalidades
 - 3.3.2.2. Clasificación de los mapas de conocimiento
 - 3.3.2.3. Concepto y definición del mapa de conocimiento
 - 3.3.2.4. Mapeo o aplicación de los conocimientos
 - 3.3.3. Construcción de mapas de conocimiento
 - 3.3.4. Tipos de mapas de conocimientos
 - 3.3.5. Mapas de conocimiento con nombre propio
 - 3.3.5.1. Mapas de conceptos
 - 3.3.5.2. Mapas mentales
 - 3.3.5.3. Páginas amarillas
- 3.4. Entornos colaborativos de trabajo: herramientas y aplicaciones en la nube
 - 3.4.1. Introducción
 - 3.4.2. Evaluación comparativa
 - 3.4.2.1. Conceptos
 - 3.4.3. Punto de referencia y evaluación comparativa
 - 3.4.4. Tipos y fases de *benchmarking*. Enfoques y aproximaciones de evaluación comparativa
 - 3.4.5. Costes y beneficios de la evaluación comparativa
 - 3.4.6. El caso Xerox
 - 3.4.7. Memorias institucionales
- 3.5. Comunicación en línea y Comunicación en línea para el aprendizaje
 - 3.5.1. Introducción
 - 3.5.2. La Comunicación en línea
 - 3.5.2.1. ¿Qué es la Comunicación y cómo se realiza?
 - 3.5.2.2. ¿Qué es la Comunicación en línea?
 - 3.5.2.3. Comunicación en línea para el aprendizaje
 - 3.5.2.4. Comunicación en línea para el aprendizaje y el estudiante a distancia
 - 3.5.3. Herramientas libres de Comunicación en línea
 - 3.5.3.1. Correo electrónico
 - 3.5.3.2. Herramientas de mensajería instantánea
 - 3.5.3.3. Google Talk
 - 3.5.3.4. Pidgin
 - 3.5.3.5. Facebook Messenger
 - 3.5.3.6. WhatsApp
- 3.6. Gestión del conocimiento
 - 3.6.1. Introducción a la gestión del conocimiento
 - 3.6.2. Matrices FADO
 - 3.6.3. ¿Qué es la Comunicación y cómo se realiza?
 - 3.6.4. Definición
 - 3.6.4.1. Pasos para construir un diagrama causa-efecto
- 3.7. Herramientas de tratamiento de datos. Hojas de cálculo
 - 3.7.1. Introducción a las hojas de cálculo
 - 3.7.2. Orígenes
 - 3.7.3. Celdas
 - 3.7.4. Operaciones aritméticas básicas en hojas de cálculo
 - 3.7.4.1. Las cuatro operaciones básicas
 - 3.7.5. Operaciones con constantes
 - 3.7.6. Operaciones con variables. Ventajas
 - 3.7.7. Relativas
- 3.8. Herramientas de presentación digital
 - 3.8.1. Introducción
 - 3.8.2. ¿Cómo preparar presentaciones académicas efectivas?
 - 3.8.2.1. Planificación y esquematización de la presentación
 - 3.8.3. Producción
 - 3.8.4. SlideShare
 - 3.8.4.1. Características y funcionalidades principales
 - 3.8.4.2. ¿Cómo usar SlideShare?

- 3.9. Fuentes de información en línea
 - 3.9.1. Introducción
 - 3.9.2. Medios de Comunicación tradicionales
 - 3.9.2.1. Radio
 - 3.9.2.2. Prensa
 - 3.9.2.3. Televisión
 - 3.9.3. Blog
 - 3.9.4. YouTube
 - 3.9.5. Redes sociales
 - 3.9.5.1. Facebook
 - 3.9.5.2. X
 - 3.9.5.3. Instagram
 - 3.9.5.4. Snapchat
 - 3.9.6. Publicidad en buscadores
 - 3.9.7. Boletín informativo
 - 3.10. La saturación de la información
 - 3.10.1. Introducción
 - 3.10.2. La saturación de información
 - 3.10.2.1. La información en el mundo actual
 - 3.10.2.2. Prensa
 - 3.10.2.3. Televisión
 - 3.10.2.4. Radio
 - 3.10.3. La manipulación de la información
- Asignatura 4. Fundamentos de la Comunicación en el entorno digital**
- 4.1. Web 2.0 o web social
 - 4.1.1. La organización en la era de la conversación
 - 4.1.2. La web 2.0 son las personas
 - 4.1.3. Entorno digital y nuevos formatos de Comunicación
 - 4.2. Comunicación y reputación digital
 - 4.2.1. Informe de reputación en línea
 - 4.2.2. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
 - 4.2.3. Marca y redes 2.0
 - 4.3. Diseño y planificación de un plan de reputación en línea
 - 4.3.1. Panorama de las principales *social media*
 - 4.3.2. Plan de reputación de la marca
 - 4.3.3. Métricas generales, retorno sobre la inversión y gestión de relaciones sociales con el cliente
 - 4.3.4. Crisis en línea y optimización del motor de búsqueda reputacional
 - 4.4. Plataformas generalistas, profesionales y *microblogging*
 - 4.4.1. Facebook
 - 4.4.2. LinkedIn
 - 4.4.3. Google+
 - 4.4.4. X
 - 4.5. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
 - 4.5.1. YouTube
 - 4.5.2. Instagram
 - 4.5.3. Flickr
 - 4.5.4. Vimeo
 - 4.5.5. Pinterest
 - 4.6. Estrategia de contenidos y narración de historias
 - 4.6.1. Bitácora corporativa
 - 4.6.2. Estrategia de mercadotecnia de contenidos
 - 4.6.3. Creación de un plan de contenidos
 - 4.6.4. Estrategia de curación de contenidos
 - 4.7. Estrategias en *social media*
 - 4.7.1. Las relaciones públicas corporativas y *social media*
 - 4.7.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
 - 4.7.3. Análisis y evaluación de resultados
 - 4.8. Administración comunitaria
 - 4.8.1. Funciones, tareas y responsabilidades de la administración comunitaria
 - 4.8.2. Gerente de redes sociales
 - 4.8.3. Estrategia de redes sociales
 - 4.9. Plan de redes sociales
 - 4.9.1. Diseño de un plan de *social media*
 - 4.9.2. Calendario, presupuesto, expectativas y seguimiento
 - 4.9.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis

- 4.10. Herramientas de monitorización en línea
 - 4.10.1. Herramientas de gestión y aplicaciones de escritorio
 - 4.10.2. Herramientas de monitorización y estudio

Asignatura 5. Comunicación escrita

- 5.1. Historia de la Comunicación
 - 5.1.1. Introducción
 - 5.1.2. La Comunicación en la antigüedad
 - 5.1.3. La revolución de la Comunicación
 - 5.1.4. La Comunicación actual
- 5.2. Comunicación oral y escrita
 - 5.2.1. Introducción
 - 5.2.2. El texto y su lingüística
 - 5.2.3. El texto y sus propiedades: coherencia y cohesión
 - 5.2.3.1. Coherencia
 - 5.2.3.2. Cohesión
 - 5.2.3.3. Recurrencia
- 5.3. La planificación o preescritura
 - 5.3.1. Introducción
 - 5.3.2. El proceso de escritura
 - 5.3.3. La planificación
 - 5.3.4. La documentación
- 5.4. El acto de escritura
 - 5.4.1. Introducción
 - 5.4.2. Estilo
 - 5.4.3. Léxico
 - 5.4.4. Oración
 - 5.4.5. Párrafo
- 5.5. La reescritura
 - 5.5.1. Introducción
 - 5.5.2. La revisión

- 5.5.3. Cómo usar el ordenador para mejorar el texto
 - 5.5.3.1. Diccionario
 - 5.5.3.2. Buscar / cambiar
 - 5.5.3.3. Sinónimos
 - 5.5.3.4. Párrafo
 - 5.5.3.5. Matices
 - 5.5.3.6. Cortar y pegar
 - 5.5.3.7. Control de cambios, comentarios y comparación de versiones
- 5.6. Cuestiones de ortografía y gramática
 - 5.6.1. Introducción

Asignatura 6. Comunicación televisiva

- 6.1. El mensaje en televisión
 - 6.1.1. Introducción
 - 6.1.2. El mensaje en televisión
 - 6.1.3. La televisión 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

Asignatura 7. Comunicación radiofónica

- 7.1. Historia de la radiodifusión
 - 7.1.1. Introducción
 - 7.1.2. Orígenes
 - 7.1.3. Orson Welles y "La Guerra de los Mundos"
 - 7.1.4. La radio en el mundo
 - 7.1.5. La nueva radio
- 7.2. Panorama actual de la radio en Latinoamérica
 - 7.2.1. Introducción
 - 7.2.2. Historia de la radio en Latinoamérica
 - 7.2.3. Actualidad

- 7.3. El lenguaje radiofónico
 - 7.3.1. Introducción
 - 7.3.2. Características de la Comunicación radiofónica
 - 7.3.3. Elementos que configuran el lenguaje radiofónico
 - 7.3.4. Características de la construcción de textos radiofónicos
 - 7.3.5. Características de la redacción de textos radiofónicos
 - 7.3.6. Glosario de los términos utilizados en el lenguaje radiofónico
- 7.4. El guion para radio. Creatividad y expresión
 - 7.4.1. Introducción
 - 7.4.2. El guion radiofónico
 - 7.4.3. Principios básicos en la elaboración de un guion
- 7.5. Producción, realización y locución en radiodifusión
 - 7.5.1. Introducción
 - 7.5.2. Producción y realización
 - 7.5.3. Locución radiofónica
 - 7.5.4. Peculiaridades de la locución radiofónica
 - 7.5.5. Ejercicios prácticos de respiración y locución
- 7.6. La improvisación en radiodifusión
 - 7.6.1. Introducción
 - 7.6.2. Peculiaridades del medio radiofónico
 - 7.6.3. ¿Qué es la improvisación?
 - 7.6.4. ¿Cómo se lleva a cabo la improvisación?
 - 7.6.5. La información deportiva en radio. Características y lenguaje
 - 7.6.6. Recomendaciones léxicas
- 7.7. Los géneros radiofónicos
 - 7.7.1. Introducción
 - 7.7.2. Los géneros radiofónicos
 - 7.7.2.1. La noticia
 - 7.7.2.2. La crónica
 - 7.7.2.3. El reportaje
 - 7.7.2.4. La entrevista
 - 7.7.3. La mesa redonda y el debate

- 7.8. La investigación de audiencias en radio
 - 7.8.1. Introducción
 - 7.8.2. Investigación en radio e inversión publicitaria
 - 7.8.3. Principales métodos de investigación
 - 7.8.4. Estudio general de medios
 - 7.8.5. Resumen del estudio general de medios
 - 7.8.6. Radio tradicional *versus* radio en línea
- 7.9. El sonido digital
 - 7.9.1. Introducción
 - 7.9.2. Conceptos básicos acerca del sonido digital
 - 7.9.3. Historia de la grabación de sonido
 - 7.9.4. Principales formatos de sonido digital
 - 7.9.5. Edición de sonido digital. Audacity
- 7.10. El nuevo radiofonista
 - 7.10.1. Introducción
 - 7.10.2. El nuevo radiofonista
 - 7.10.3. La organización formal de las emisoras
 - 7.10.4. La tarea del redactor
 - 7.10.5. La reunión de contenidos
 - 7.10.6. ¿Inmediatez o calidad?

Asignatura 8. Creatividad en Comunicación

- 8.1. Crear es pensar
 - 8.1.1. El arte de pensar
 - 8.1.2. Pensamiento creador y creatividad
 - 8.1.3. Pensamiento y cerebro
 - 8.1.4. Las líneas de investigación de la creatividad: sistematización
- 8.2. Naturaleza del proceso creativo
 - 8.2.1. Naturaleza de la creatividad
 - 8.2.2. La noción de creatividad: creación y creatividad
 - 8.2.3. La creación de ideas al servicio de una Comunicación persuasiva
 - 8.2.4. Naturaleza del proceso creativo en publicidad

- 8.3. La invención
 - 8.3.1. Evolución y análisis histórico del proceso de creación
 - 8.3.2. Naturaleza del canon clásico de la invención
 - 8.3.3. La visión clásica de la inspiración en el origen de las ideas
 - 8.3.4. Invención, inspiración, persuasión
- 8.4. Retórica y Comunicación persuasiva
 - 8.4.1. Retórica y publicidad
 - 8.4.2. Las partes retóricas de la Comunicación persuasiva
 - 8.4.3. Figuras retóricas
 - 8.4.4. Leyes y funciones retóricas del lenguaje publicitario
- 8.5. Comportamiento y personalidad creativa
 - 8.5.1. La creatividad como característica personal, como producto y como proceso
 - 8.5.2. Comportamiento creativo y motivación
 - 8.5.3. Percepción y pensamiento creador
 - 8.5.4. Elementos de la creatividad
- 8.6. Aptitudes y capacidades creativas
 - 8.6.1. Sistemas de pensamiento y modelos de inteligencia creativa
 - 8.6.2. Modelo tridimensional de estructura del intelecto según Guilford
 - 8.6.3. Interacción entre factores y capacidades del intelecto
 - 8.6.4. Aptitudes para la creación
 - 8.6.5. Capacidades creativas
- 8.7. Las fases del proceso creativo
 - 8.7.1. La creatividad como proceso
 - 8.7.2. Las fases del proceso creativo
 - 8.7.3. Las fases del proceso creativo en publicidad
- 8.8. La solución de problemas
 - 8.8.1. La creatividad y la solución de problemas
 - 8.8.2. Bloqueos perceptivos y bloqueos emocionales
 - 8.8.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos
- 8.9. Los métodos del pensamiento creador
 - 8.9.1. Tormenta de ideas como modelo de creación de ideas
 - 8.9.2. Pensamiento vertical y pensamiento lateral
 - 8.9.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos

- 8.10. Creatividad y Comunicación publicitaria
 - 8.10.1. El proceso de creación como producto específico de la Comunicación publicitaria
 - 8.10.2. Naturaleza del proceso creativo en publicidad: creatividad y proceso de creación publicitaria
 - 8.10.3. Principios metodológicos y efectos de la creación publicitaria
 - 8.10.4. La creación publicitaria: del problema a la solución
 - 8.10.5. Creatividad y Comunicación persuasiva

Asignatura 9. Identidad corporativa

- 9.1. La importancia de la imagen en las empresas
 - 9.1.1. ¿Qué es la imagen corporativa?
 - 9.1.2. Diferencias entre identidad e imagen corporativa
 - 9.1.3. ¿Dónde se puede manifestar la imagen corporativa?
 - 9.1.4. Situaciones de cambio de la imagen corporativa. ¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?
- 9.2. Las técnicas de investigación en imagen corporativa
 - 9.2.1. Introducción
 - 9.2.2. El estudio de la imagen de la empresa
 - 9.2.3. Técnicas de investigación de la imagen corporativa
 - 9.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen
 - 9.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas
- 9.3. Auditoría y estrategia de imagen
 - 9.3.1. ¿Qué es la auditoría de imagen?
 - 9.3.2. Pautas
 - 9.3.3. Metodología de la auditoría
 - 9.3.4. Planificación estratégica
- 9.4. Cultura corporativa
 - 9.4.1. ¿Qué es la cultura corporativa?
 - 9.4.2. Factores que intervienen en la cultura corporativa
 - 9.4.3. Funciones de la cultura corporativa
 - 9.4.4. Tipos de cultura corporativa
- 9.5. Responsabilidad social corporativa y reputación corporativa
 - 9.5.1. Responsabilidad social corporativa: concepto y aplicación de la empresa
 - 9.5.2. Directrices para integrar la responsabilidad social corporativa en las empresas
 - 9.5.3. La Comunicación de la responsabilidad social corporativa
 - 9.5.4. Reputación corporativa
- 9.6. La identidad visual corporativa y el nombre
 - 9.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa
 - 9.6.2. Elementos básicos
 - 9.6.3. Principios básicos
 - 9.6.4. Elaboración del manual
 - 9.6.5. La denominación de producto
- 9.7. Imagen y posicionamiento de marcas
 - 9.7.1. Los orígenes de las marcas
 - 9.7.2. ¿Qué es una marca?
 - 9.7.3. La necesidad de construir una marca
 - 9.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas
 - 9.7.5. El valor de las marcas
- 9.8. Gestión de la imagen a través de la Comunicación de crisis
 - 9.8.1. Plan estratégico de Comunicación
 - 9.8.2. Cuando todo sale mal: Comunicación de crisis
 - 9.8.3. Casos
- 9.9. La influencia de las promociones en la imagen corporativa
 - 9.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario
 - 9.9.2. El marketing promocional
 - 9.9.3. Características
 - 9.9.4. Peligros
 - 9.9.5. Tipos y técnicas promocionales
- 9.10. La distribución y la imagen del punto de venta
 - 9.10.1. Los principales protagonistas de la distribución comercial
 - 9.10.2. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento
 - 9.10.3. A través de su nombre y logotipo

Asignatura 10. Fundamentos del diseño gráfico

- 10.1. Introducción al diseño
 - 10.1.1. Concepto de diseño: arte y diseño
 - 10.1.2. Campos de aplicación del diseño
 - 10.1.3. Diseño y ecología: ecodiseño
 - 10.1.4. Diseño activista
- 10.2. Diseño y configuración
 - 10.2.1. El proceso de diseño
 - 10.2.2. La idea de progreso
 - 10.2.3. La dicotomía entre la necesidad y deseo
- 10.3. Introducción a la herramienta Adobe Lightroom I
 - 10.3.1. Recorrido por la interfaz: catálogo y preferencias
 - 10.3.2. Estructura y visualización del programa
 - 10.3.3. Estructura de la biblioteca
 - 10.3.4. Importación de archivos
- 10.4. Introducción a Adobe Lightroom II
 - 10.4.1. Revelado rápido, palabras clave y metadatos
 - 10.4.2. Colecciones simples
 - 10.4.3. Colecciones inteligentes
 - 10.4.4. Práctica
- 10.5. Biblioteca en Adobe Lightroom
 - 10.5.1. Métodos de clasificación y estructuración
 - 10.5.2. Pilas, copias virtuales, archivos no encontrados
 - 10.5.3. Marca de agua y logotipos
 - 10.5.4. Exportación
- 10.6. Revelado en Adobe Lightroom I
 - 10.6.1. Módulo revelado
 - 10.6.2. Corrección de lente y recorte
 - 10.6.3. El histograma
 - 10.6.4. Calibración y perfil

- 10.7. Ajustes de revelado
 - 10.7.1. ¿Qué son?
 - 10.7.2. ¿Cómo se utilizan?
 - 10.7.3. ¿Qué tipo de ajustes preestablecidos se guardan en los ajustes de revelado de Lightroom?
 - 10.7.4. Recursos de búsqueda
- 10.8. Tonos en la herramienta Adobe Lightroom
 - 10.8.1. Curva de tonos
 - 10.8.2. Matiz, saturación, luminosidad
 - 10.8.3. Dividir tonos
- 10.9. Revelado en herramienta Adobe Lightroom II
 - 10.9.1. Máscaras
 - 10.9.2. Revelado con pincel
 - 10.9.3. Enfoque y reducción de ruido
 - 10.9.4. Viñeteado
 - 10.9.5. Eliminación de ojos rojos y manchas
- 10.10. Revelado en herramienta Adobe Lightroom III
 - 10.10.1. Transformar una imagen
 - 10.10.2. Creación de fotografías panorámicas
 - 10.10.3. Alto rango dinámico, ¿qué es?, ¿cómo lo creamos?
 - 10.10.4. Sincronizar ajustes

Asignatura 11. Metodología de la investigación

- 11.1. Fundamentos de la investigación
 - 11.1.1. ¿Qué es la investigación?
 - 11.1.1.1. Definición y concepto
 - 11.1.1.2. Importancia y propósito
 - 11.1.1.3. Tipos de investigación
 - 11.1.2. Paradigmas de investigación
 - 11.1.2.1. Positivista
 - 11.1.2.2. Constructivista
 - 11.1.2.3. Sociocrítico
 - 11.1.2.4. Interpretativo
 - 11.1.2.5. Pospositivista

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



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



Una titulación universitaria que no está sujeta a horarios herméticos, permitiéndote personalizar la capacitación según tus necesidades e intereses. ¿Qué esperas para matricularte?"

04

Convalidación de asignaturas

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



“

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

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

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

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



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



¿Qué es la convalidación de estudios?

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



¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

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



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

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



¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

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

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



¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

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



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

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

Procedimiento paso a paso





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

05

Objetivos docentes

Con esta titulación universitaria, los egresados adquirirán una especialización integral que les permitirá desenvolverse con soltura en entornos digitales y multiplataforma. En esta misma línea, adquirirán competencias avanzadas para el diseño de contenidos interactivos y el uso estratégico de narrativas transmedia. También, manejarán herramientas tecnológicas de vanguardia para maximizar el impacto de los mensajes. En adición, los egresados estarán altamente preparados para analizar audiencias, interpretar datos de consumo digital y liderar campañas comunicativas innovadoras que se posicionen en el mercado global.

*Living
SUCCESS*

“

Impulsarás la responsabilidad ética y social en la Comunicación Multimedia, fomentando practicas respetuosas con los derechos de las audiencias”



Objetivos generales

- ♦ Comprender los fundamentos de la Comunicación Multimedia abarcando sus dimensiones tecnológicas, discursivas, sociales y culturales
- ♦ Obtener competencias avanzadas para diseñar y gestionar contenidos transmedia adaptados a los nuevos entornos digitales y a las demandas del mercado global
- ♦ Analizar el impacto de las tecnologías emergentes en los procesos comunicativos y su aplicación en contextos publicitarios
- ♦ Fomentar el pensamiento crítico y la creatividad, impulsando la innovación en el diseño de estrategias comunicativas orientadas a distintos públicos
- ♦ Liderar proyectos de Comunicación digital de forma íntegra, desde su conceptualización, hasta su ejecución en medios, agencias o empresas
- ♦ Manejar herramientas digitales y plataformas Multimedia de última generación
- ♦ Promover la responsabilidad ética y social en la Comunicación fomentando prácticas inclusivas, sostenibles y respetuosas con los derechos del público





Objetivos específicos

Asignatura 1. Estructura de la Comunicación

- ♦ Identificar los elementos básicos de la Comunicación visual, distinguiendo entre los diferentes tipos de lenguaje y su impacto en la percepción del mensaje
- ♦ Examinar la evolución del diseño gráfico, desde sus raíces, hasta su desarrollo en la modernidad
- ♦ Analizar las cualidades representacionales y simbólicas de las imágenes, comprendiendo cómo los signos visuales transmiten mensajes
- ♦ Profundizar en el uso del color y la luz en el diseño gráfico, analizando cómo la percepción del color afecta a la representación visual

Asignatura 2. Teoría de la Comunicación social

- ♦ Comprender los principales modelos y teorías que explican los procesos comunicativos en la sociedad
- ♦ Analizar el papel de los medios en la construcción de significados y en la influencia social

Asignatura 3. Tecnología y gestión de la información y del conocimiento

- ♦ Manejar herramientas tecnológicas modernas aplicadas a la gestión de la información y el conocimiento en entornos digitales
- ♦ Desarrollar habilidades para organizar, clasificar y distribuir información relevante para la toma de decisiones

Asignatura 4. Fundamentos de la Comunicación en el entorno digital

- ♦ Identificar las características y particularidades de la Comunicación digital
- ♦ Analizar las nuevas formas de interacción y consumo de contenidos en plataformas digitales

Asignatura 5. Comunicación escrita

- ♦ Profundizar en la redacción de textos claros, coherentes y adecuados para distintos fines comunicativos
- ♦ Adaptar el estilo y formato de los mensajes según el medio y público objetivo

Asignatura 6. Comunicación televisiva

- ♦ Abordar los diversos formatos y géneros propios de la comunicación televisiva
- ♦ Producir contenidos televisivos que respondan a las necesidades del público

Asignatura 7. Comunicación radiofónica

- ♦ Disponer de una sólida comprensión relativa al lenguaje y las técnicas específicas del medio radiofónico
- ♦ Evaluar el impacto de la radio en la sociedad y su evolución tecnológica

Asignatura 8. Creatividad en Comunicación

- ♦ Fomentar el pensamiento creativo para la generación de ideas innovadoras en campañas comunicativas
- ♦ Implementar métodos sofisticados de creatividad y *brainstorming* en la resolución de problemas comunicacionales

Asignatura 9. Identidad corporativa

- ♦ Analizar la importancia de la identidad visual y verbal en las organizaciones
- ♦ Diseñar y gestionar la imagen corporativa para fortalecer la reputación empresarial

Asignatura 10. Fundamentos del diseño gráfico

- ♦ Dominar los principios básicos del diseño gráfico aplicados a la Comunicación visual
- ♦ Manejar herramientas digitales de vanguardia para la creación de piezas gráficas

Asignatura 11. Metodología de la investigación

- ♦ Comprender los métodos y técnicas de investigación aplicados a la Comunicación
- ♦ Diseñar proyectos de investigación rigurosos para el análisis de fenómenos comunicativos





“

La titulación universitaria incluirá casos prácticos reales y ejercicios para acercar el desarrollo del programa a la práctica de la Comunicación Multimedia habitual”

06

Salidas profesionales

A través de este completísimo programa universitario, los periodistas fortalecerán sus perfiles profesionales adquiriendo conocimientos actualizados en producción digital, narrativa transmedia y gestión de contenidos interactivos. Al completar este itinerario académico, estarán elevadamente preparados para crear proyectos comunicativos innovadores y multiformato, adaptados tanto a diversos públicos, como plataformas. En adición, destacarán por su sólida comprensión sobre los lenguajes Multimedia y su impacto social. De esta forma, los egresados liderarán procesos comunicacionales de forma efectiva en entornos dinámicos, tecnológicos y globalizados.

Upgrading...



“

Crearás contenidos visuales e interactivos originales aplicando herramientas tecnológicas de última generación”

Perfil del egresado

En lo que respecta al perfil profesional que adquirirán los egresados de esta Maestría Oficial Universitaria destacará su preparación integral para desenvolverse en entornos digitales, creativos y estratégicos. A este respecto, esta titulación ha sido diseñada para capacitar expertos capaces de liderar proyectos Multimedia en empresas, agencias, medios y organizaciones. Además de abrir oportunidades laborales, el plan de estudios se enfocará en las herramientas más innovadoras para la creación de contenidos interactivos, el diseño de experiencias digitales y la Comunicación multiformato orientada a audiencias diversas.

Gestionarás narrativas Multimedia que se desplieguen en múltiples plataformas, asegurando la coherencia y la eficacia en los mensajes para potenciar en engagement de las audiencias.

- ♦ **Comunicación Visual y Narrativa Efectiva:** transmitir ideas de forma clara, creativa y coherente, integrando elementos visuales, sonoros y textuales para adaptarse a distintos públicos, formatos y plataformas
- ♦ **Gestión de Proyectos Multimedia:** ejecutar proyectos de Comunicación digital; optimizando tiempos, recursos y equipos interdisciplinarios en entornos dinámicos y colaborativos
- ♦ **Pensamiento Crítico y Creatividad Digital:** desarrollar una mirada analítica sobre los discursos Multimedia y cultivan la innovación, aplicando soluciones creativas a retos comunicativos complejos en escenarios digitales
- ♦ **Alfabetización Digital y Tecnológica:** dominar herramientas Multimedia, plataformas interactivas, *software* de edición y entornos de producción audiovisual para diseñar experiencias comunicativas efectivas



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

1. Medios de Comunicación y Entornos Digitales: La capacitación recibida permitirá trabajar en la creación y gestión de contenidos en medios tradicionales, plataformas digitales y proyectos transmedia.

- ♦ Productor de contenido Multimedia para medios digitales y audiovisuales
- ♦ Editor y curador de contenidos interactivos
- ♦ Diseñador de narrativas transmedia para campañas institucionales
- ♦ Redactor de guiones audiovisuales para medios y plataformas

2. Publicidad, Marketing y Comunicación Corporativa: Los especialistas estarán altamente preparados para liderar estrategias de Comunicación visual, *branding* y campañas multicanal.

- ♦ Supervisor de Comunicación digital y redes sociales
- ♦ Diseñador de experiencias interactivas y contenido inmersivo
- ♦ Gestor de posicionamiento visual de marca
- ♦ Coordinador de campañas publicitarias Multimedia

3. Consultoría y Tecnología: El enfoque técnico y estratégico del programa les permitirá a los egresados aplicar conocimientos en empresas tecnológicas, consultorías y *startups*.

- ♦ Consultor en transformación digital y estrategia comunicativa
- ♦ Asesor en experiencia del usuario y diseño interactivo
- ♦ Responsable de innovación en proyectos Multimedia
- ♦ Coordinador de tecnologías emergentes aplicadas a la Comunicación

4. Cultura, Arte y Proyectos Interdisciplinarios: El dominio de herramientas creativas y narrativas les permitirá a los especialistas desarrollar proyectos en el ámbito cultural, artístico y de divulgación.

- ♦ Gestor de contenidos Multimedia para museos, galerías o instituciones culturales
- ♦ Curador digital de exposiciones interactivas o entornos virtuales
- ♦ Diseñador de piezas comunicativas para campañas culturales
- ♦ Coordinador de proyectos creativos interdisciplinarios



Te desempeñarás como Diseñador para medios interactivos, asegurando una óptima experiencia de los usuarios en las interfaces de las plataformas digitales"

Salidas académicas y de investigación

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

07

Idiomas gratuitos

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

*Acredita tu
competencia
lingüística*

“

TECH te incluye el estudio de idiomas
en la Maestría Oficial Universitaria de
forma ilimitada y gratuita”

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

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

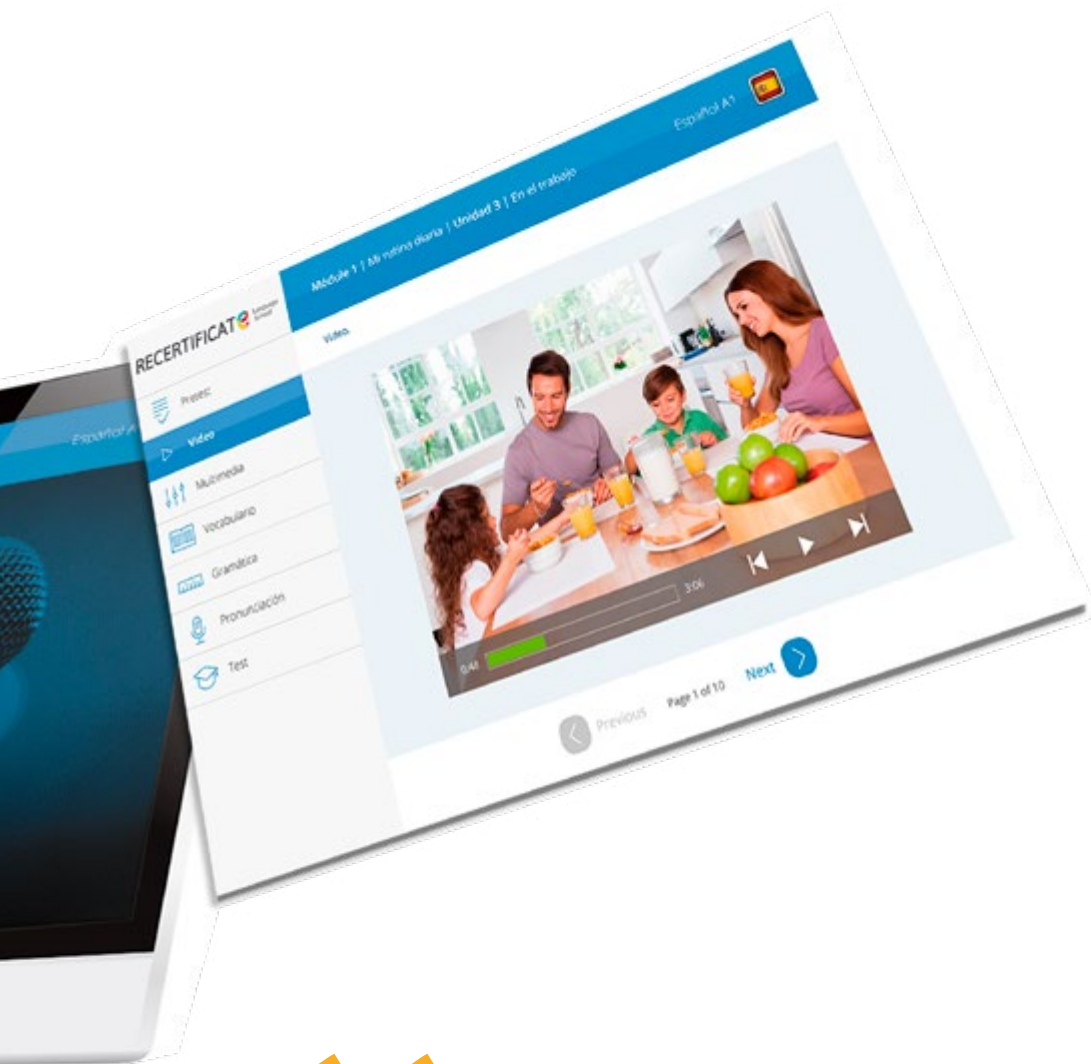
En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas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

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

“

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

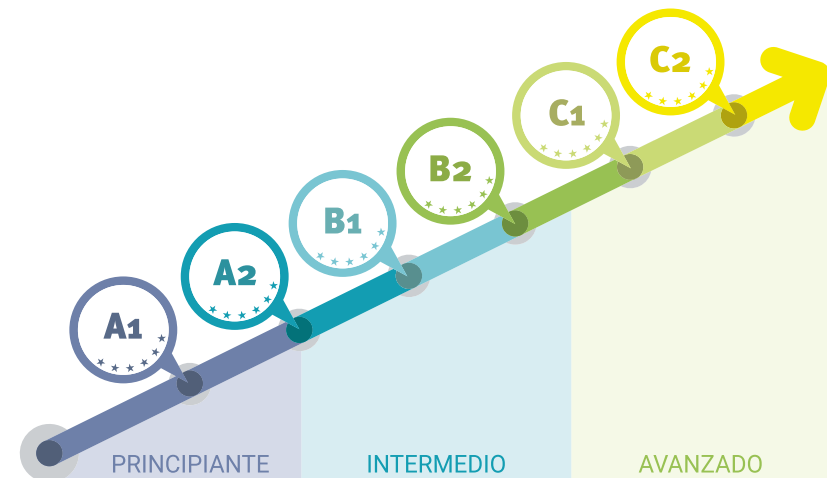




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la Maestría Oficial Universitaria, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en la Maestría Oficial Universitaria

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



08

Metodología de estudio

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

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*

“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% 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

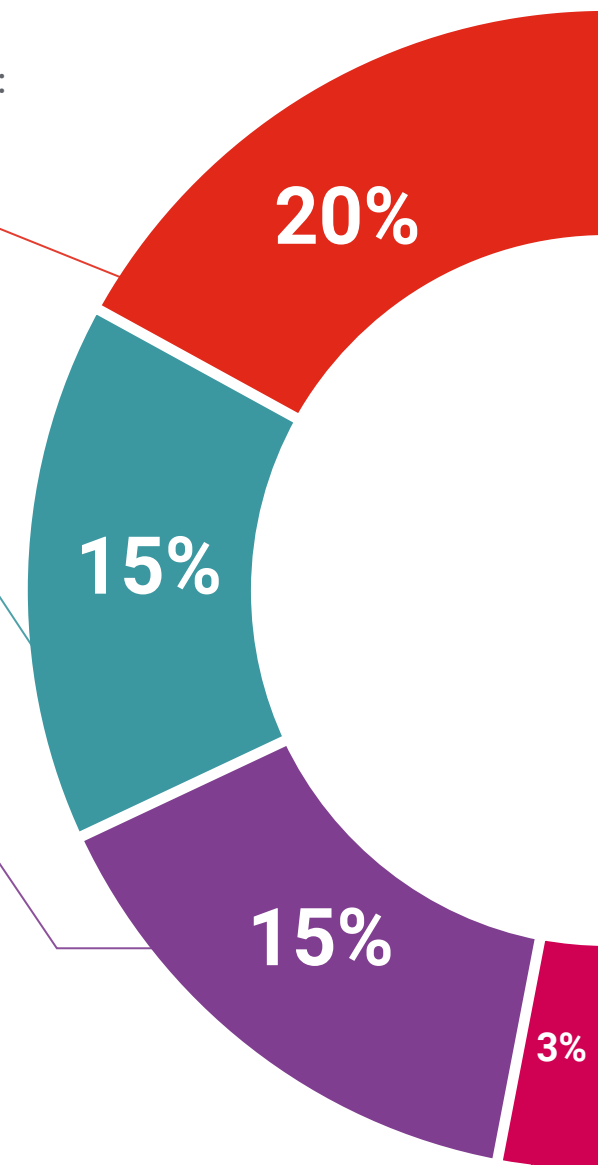
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

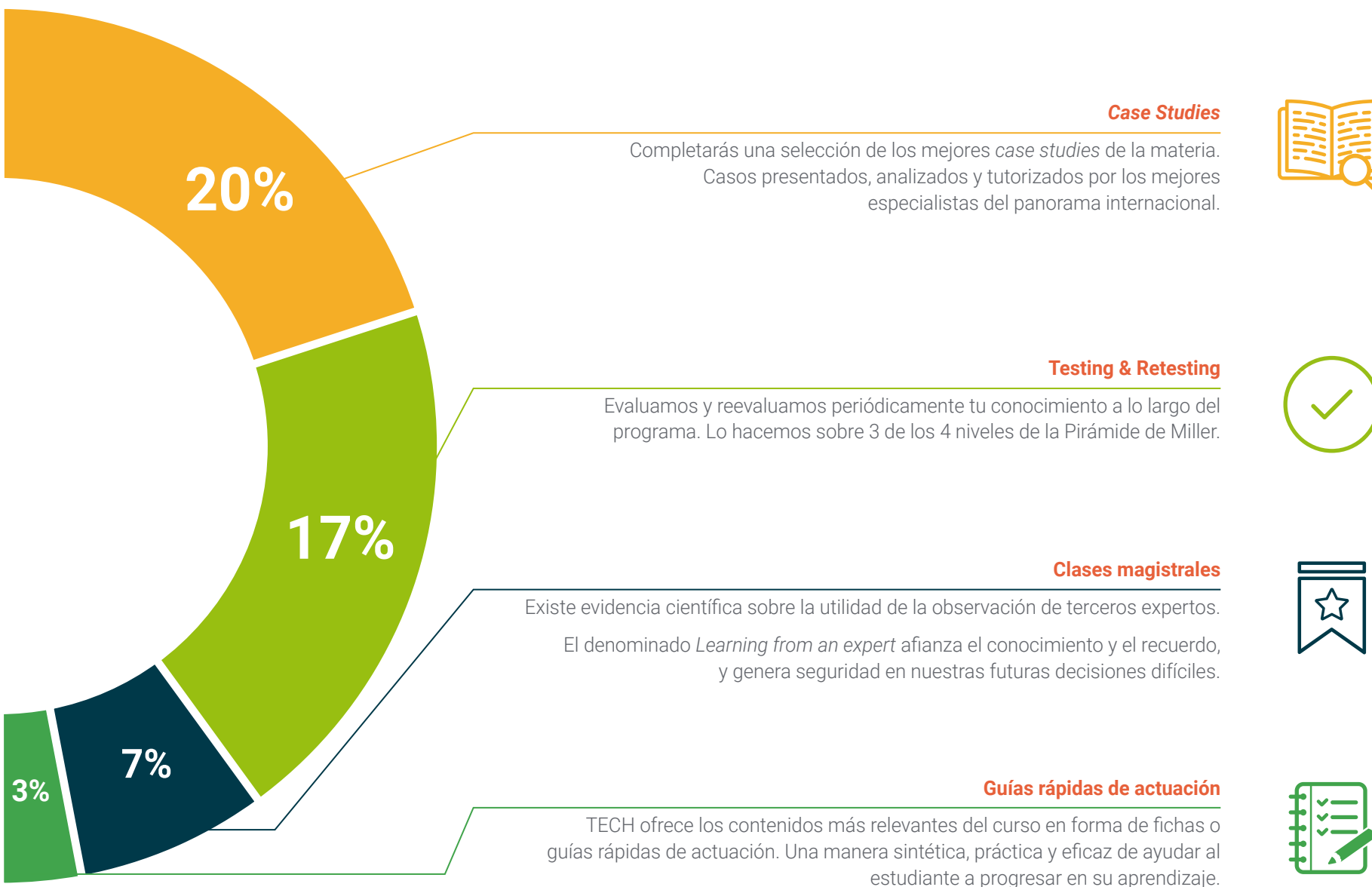
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





09

Titulación

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



“

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

La **Maestría Oficial Universitaria en Comunicación Multimedia** es un programa con reconocimiento oficial. El plan de estudios se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20252889, de fecha 02/09/2025, modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

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

Al documento oficial de RVOE expedido por el SEP se puede acceder desde el siguiente enlace:



[Ver documento RVOE](#)

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

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

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

informacion@techtitute.com

TECH es miembro de la **International Communication Association (ICA)**, una prestigiosa organización dedicada a optimizar los procesos de investigación en ciencias de la comunicación. Esta distinción reafirma su compromiso con la excelencia académica y la actualización constante.

Aval/Membresía



**International
Communication
Association**

Título: **Maestría en Comunicación Multimedia**

No. de RVOE: **20252889**

Fecha acuerdo RVOE: **02/09/2025**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **2 años**

 Clave Única de Registro de Población  Folio Digital https://www.siged.sep.gov.mx/titulos/utenticacion/		
Estados Unidos Mexicanos Secretaría de Educación Pública Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación Constancia de Autenticación del Título Electrónico		
Datos del profesionista		
Nombre(s)	Primer Apellido	Segundo Apellido
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN MULTIMEDIA		
Nombre del perfil o carrera		Clave del perfil o carrera
Datos de la institución		
TECH MÉXICO UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA		
Nombre		
20252889		
Número del Acuerdo de Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE)		
Lugar y fecha de expedición		
CIUDAD DE MÉXICO		
Entidad	Fecha	
Responsables de la institución		
RECTOR. GERARDO DANIEL OROZCO MARTÍNEZ		
Firma electrónica de la autoridad educativa		
Nombre:	DIRECTORA DE REGISTROS ESCOLARES, OPERACIÓN Y EVALUACIÓN	
Cargo:	00001000000510871752	
No. Certificado:	XX	
Sello Digital:	XX	
Fecha de Autenticación:	La presente constancia de autenticación se expide como un registro fiel del trámite de autenticación a que se refiere el Artículo 14 de la Ley General de Educación Superior. La impresión de la constancia de autenticación acompañada del formato electrónico con extensión XML, que pertenece al título profesional, diploma o grado académico electrónico que generan las Instituciones, en papel bond, a color o blanco y negro, es válida y debe ser aceptada para realizar todo trámite inherente al mismo, en todo el territorio nacional. La presente constancia de autenticación ha sido firmada mediante el uso de la firma electrónica, amparada por un certificado vigente a la fecha de su emisión y es válido de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1, 2, fracciones IV, V, XIII y XIV; 3, fracciones I y II; 7; 8; 9; 13; 14; 16 y 25 de la Ley de Firma Electrónica Avanzada; 7 y 12 del Reglamento de la Ley de Firma Electrónica Avanzada. La integridad y autría del presente documento se podrá comprobar a través de la página electrónica de la Secretaría de Educación Pública por medio de la siguiente liga: https://www.siged.sep.gov.mx/titulos/autenticacion/, con el folio digital señalado en la parte superior de este documento. De igual manera, se podrá verificar el documento electrónico por medio del código QR.	

10

Homologación del título

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



“

Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE)”

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

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

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

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





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

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

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



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

Requisitos de acceso

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



“

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

La normativa establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Comunicación Multimedia** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

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

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

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

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



“

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

12

Proceso de admisión

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



“

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

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

Los pasos para la admisión son simples:

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

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

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

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

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

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

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



Nº de RVOE: 20252889

**Maestría Oficial
Universitaria
Comunicación Multimedia**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **2 años**

Fecha acuerdo RVOE: **02/09/2025**

Maestría Oficial Universitaria

Comunicación Multimedia

Nº de RVOE: 20252889

Aval/Membresía



International
Communication
Association



tech
universidad