

Maestría Oficial Universitaria

Periodismo de Radio

Nº de RVOE: 20253817

Aval/Membresía



Society of Professional
Journalists



tech
universidad



Nº de RVOE: 20253817

Maestría Oficial Universitaria Periodismo de Radio

Idioma: Español

Modalidad: 100% en línea

Duración: 2 años

Fecha acuerdo RVOE: 12/11/2025

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



Índice

01 Presentación del programa <hr/> <i>pág. 4</i>	02 ¿Por qué estudiar en TECH? <hr/> <i>pág. 8</i>	03 Plan de estudios <hr/> <i>pág. 12</i>	04 Convalidación de asignaturas <hr/> <i>pág. 28</i>
05 Objetivos docentes <hr/> <i>pág. 34</i>	06 Salidas profesionales <hr/> <i>pág. 40</i>	07 Idiomas gratuitos <hr/> <i>pág. 44</i>	
08 Metodología de estudio <hr/> <i>pág. 48</i>	09 Titulación <hr/> <i>pág. 58</i>	10 Homologación del título <hr/> <i>pág. 62</i>	
	11 Requisitos de acceso <hr/> <i>pág. 66</i>	12 Proceso de admisión <hr/> <i>pág. 70</i>	

01

Presentación del programa

El Periodismo de Radio continúa siendo un medio clave para la difusión de información, caracterizándose por su inmediatez y cercanía con la audiencia. Asimismo, este formato combina elementos narrativos y sonoros que permiten construir relatos atractivos y dinámicos. Sin embargo, ante un escenario mediático definido por los cambios, este campo se enfrenta al desafío de integrar herramientas tecnológicas emergentes y plataformas digitales para mantener su relevancia. Por ello, los especialistas requieren actualizar sus conocimientos con asiduidad para manejar las estrategias narrativas y los procesos de producción más innovadores. Con el objetivo de facilitarles dicha labor, TECH Universidad presenta un innovador programa universitario centrado en la cobertura informativa radiofónica. Además, se basa en una flexible modalidad totalmente en línea.

*Este es el
momento, te
estábamos
esperando*



66

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

Según un reciente informe elaborado por la Asociación Internacional de la Comunicación, el 60% de la población consume noticias a través de la Radio. Esto refleja cómo este medio de comunicación se ha transformado en un pilar fundamental en la comunicación masiva, adaptándose constantemente a las nuevas tecnologías y demandas sociales. Frente a esto, los profesionales requieren disponer de un conocimiento integral relativo a las últimas tendencias del sector, abarcando desde la locución hasta la producción de contenidos sonoros. Solo así, estarán altamente preparados para informar con precisión y rapidez mientras conectan emocionalmente con el público.

En este contexto, TECH ha confeccionado una vanguardista Maestría Oficial Universitaria en Periodismo de Radio. Diseñada por expertos de renombre, el itinerario académico profundizará en los fundamentos de la construcción del discurso audiovisual. Al mismo tiempo, el temario brindará diversas estrategias para la elaboración de narrativas radiofónicas originales, precisas y claras. En sintonía con esto, los materiales didácticos ahondarán en el uso de herramientas tecnológicas de última generación para la edición y difusión de contenidos sonoros, facilitando así la adaptación a las tendencias digitales actuales. Además, el programa enfatizará el desarrollo de competencias críticas para evaluar la veracidad de la información y mantener altos estándares éticos en la práctica profesional. Como resultado, los egresados adquirirán competencias avanzadas para crear contenidos radiofónicos que conecten con diversas audiencias.

Cabe destacar que esta opción académica se apoya en la disruptiva metodología del *Relearning*, consistente en la reiteración natural de los conceptos esenciales. Así, los periodistas no tendrán que invertir exhaustivas horas al estudio.

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



“

*Manejarás fuentes de información
fiables y actualizadas para
elaborar contenidos radiofónicos
que sobresalgan por su precisión”*

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 +

66

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

La mejor universidad en línea del mundo según FORBES

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



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.



La mayor universidad digital del mundo

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



Un método de aprendizaje único

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

La universidad en línea oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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



Google Partner Premier

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

La universidad mejor valorada por sus alumnos

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

03

Plan de estudios

La presente titulación universitaria cuenta con el diseño de reconocidos especialistas en el ámbito del Periodismo de Radio, garantizando así una propuesta académica actualizada y relevante. El plan de estudios ahondará en factores que van desde técnicas modernas de locución o producción de piezas sonoras hasta la redacción de guiones radiofónicos. En sintonía con esto, el temario profundizará en una variedad de estrategias para crear narrativas envolventes y claras que capten el interés de diversas audiencias. Además, los contenidos didácticos brindarán las claves para manejar instrumentos digitales de vanguardia para editar los contenidos y difundirlos eficientemente a en múltiples plataformas.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*



“

Profundizarás en los fundamentos de la investigación aplicada en la Periodismo de Radio como base para el desarrollo de campañas más efectivas y sostenibles”

Cabe destacar que esta Maestría Oficial Universitaria se imparte mediante una cómoda modalidad íntegramente en línea, basada en la personalización de los horarios y el libre acceso a los materiales didácticos. Por consiguiente, el alumnado tan solo necesitará un dispositivo electrónico con conexión a internet para adentrarse en el Campus Virtual. En adición, allí disfrutará del acceso a una biblioteca atestada de recursos multimedia de apoyo como vídeos en detalle, casos de estudio reales e incluso lecturas especializadas cimentadas en la última evidencia.

“

*Identificarás las funciones sociales
del Periodismo de Radio en la
construcción de la opinión pública”*

Dónde, cuándo y cómo se imparte

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



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

Asignatura 1	Teoría del Periodismo
Asignatura 2	Narrativa audiovisual
Asignatura 3	Documentación informativa
Asignatura 4	Teoría de la publicidad
Asignatura 5	Comunicación radiofónica
Asignatura 6	Periodismo radiofónico
Asignatura 7	Periodismo deportivo
Asignatura 8	Periodismo cultural
Asignatura 9	Empresa informativa
Asignatura 10	Opinión Pública
Asignatura 11	Metodologías de la investigación

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

Asignatura 1. Teoría del Periodismo

- 1.1. Definición y tipos de periódicos
 - 1.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como Ciencia Social
 - 1.1.2. Conceptos clave: comunicación, información y Periodismo
 - 1.1.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad
 - 1.1.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación
 - 1.1.5. Definición y características del diario
 - 1.1.5.1. Historia
 - 1.1.5.2. Temáticas
 - 1.1.5.3. Precio de venta
 - 1.1.5.4. Formato
 - 1.1.6. Los contenidos del diario
 - 1.1.6.1. Secciones
- 1.2. Principales herramientas periodísticas
 - 1.2.1. Introducción
 - 1.2.2. Principales herramientas periodísticas
 - 1.2.3. Criterios de selección
 - 1.2.3.1. ¿Qué son?
 - 1.2.3.2. Clasificaciones
 - 1.2.3.3. Relación con la actualidad
- 1.3. Elementos del periódico
 - 1.3.1. Introducción
 - 1.3.2. Elementos del periódico
 - 1.3.3. Diferentes elementos
- 1.4. El periodista y sus capacidades o habilidades periodísticas
 - 1.4.1. Introducción
 - 1.4.2. El periodista y sus habilidades o capacidades periodísticas
 - 1.4.3. Debate sobre la profesión periodística
- 1.4.4. Actitudes
 - 1.4.4.1. Actitudes prácticas
 - 1.4.4.2. Actitudes intelectuales y morales
- 1.5. La organización de un periódico
 - 1.5.1. Introducción
 - 1.5.2. Dos estructuras en una: la empresa y la redacción
 - 1.5.3. Principios editoriales
 - 1.5.4. Estatutos de redacción
 - 1.5.4.1. Roles en la redacción
 - 1.5.5. Epílogo: de la versión digital a la edición digital
- 1.6. El trabajo periodístico
 - 1.6.1. Introducción
 - 1.6.2. El trabajo periodístico
 - 1.6.3. Qué es y cómo se organiza una redacción
 - 1.6.4. A diario
 - 1.6.5. La planificación a largo plazo
 - 1.6.6. Trabajo individual y colectivo
 - 1.6.6.1. Trabajos individuales
 - 1.6.6.2. Trabajos colectivos
 - 1.6.6.3. Libros de estilo
- 1.7. Deontología periodística
 - 1.7.1. Introducción
 - 1.7.2. Origen y evolución histórica
 - 1.7.2.1. El informe Hutchins
 - 1.7.2.2. El informe McBride
 - 1.7.3. Una forma de regular la profesión
 - 1.7.4. Funciones de la autorregulación
 - 1.7.5. Códigos deontológicos

- 1.8. Tipos de Periodismo
 - 1.8.1. Introducción
 - 1.8.2. Periodismo de investigación
 - 1.8.2.1. Cualidades del periodista de investigación
 - 1.8.2.2. Esquema Williams
 - 1.8.2.3. Técnicas de investigación-innovación
 - 1.8.3. Periodismo de precisión
 - 1.8.3.1. Especializaciones del Periodismo de precisión
 - 1.8.4. Periodismo de servicio
 - 1.8.4.1. Características temáticas
 - 1.8.5. La especialización periodística
 - 1.8.6. Desarrollo de la información especializada
- 1.9. Periodismo y retórica
 - 1.9.1. Introducción
 - 1.9.2. Separación información-opinión
 - 1.9.3. Las teorías de los géneros periodísticos
 - 1.9.4. Aportaciones de la retórica
 - 1.9.5. La *elocutio* o elocución
- 1.10. El Periodismo como actor político
 - 1.10.1. Introducción
 - 1.10.2. El periódico según los teóricos
 - 1.10.3. El periódico, actor de conflicto
 - 1.10.3.1. El periódico como comunicación
 - 1.10.3.2. El periódico en los niveles extra, ínter, intra
 - 1.10.4. El periódico como pacificador
 - 1.10.4.1. Mecanismo de alarma
 - 1.10.4.2. Creador de atmósferas, movilizador para la paz
- 1.10.5. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas
- 1.10.6. El periódico como institución misionera
- 1.10.7. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio
- 1.10.8. El periódico como narrador y participante de conflictos
- 1.11. El Periodismo como actor social
 - 1.11.1. Introducción
 - 1.11.2. El periódico como intérprete y mediador
 - 1.11.3. El periódico como miembro del sistema político y como sistema parapolítico
 - 1.11.4. El periódico como informador y pseudocomunicador político
 - 1.11.5. El periódico como destinatario de las políticas comunicativas de otros actores sociales

Asignatura 2. Narrativa audiovisual

- 2.1. La narrativa audiovisual
 - 2.1.1. Introducción
 - 2.1.2. Conceptos fundamentales de la narrativa audiovisual
 - 2.1.3. Una aproximación metodológica
 - 2.1.4. Particularidades del discurso audiovisual
 - 2.1.5. El lenguaje audiovisual
 - 2.1.6. La imagen
 - 2.1.7. El sonido
- 2.2. El discurso y las estancias enunciadoras
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. Las funciones del relato
 - 2.2.3. La construcción del texto narrativo
 - 2.2.4. Las instancias enunciadoras
 - 2.2.5. Tipologías de narradores
 - 2.2.6. La focalización
 - 2.2.7. El narratario

- 2.3. La historia y los ejes de la narración
 - 2.3.1. Introducción
 - 2.3.2. La historia
 - 2.3.3. La acción narrativa
 - 2.3.4. El tiempo
 - 2.3.5. El espacio
 - 2.3.6. El sonido
- 2.4. La construcción del discurso audiovisual: el guion
 - 2.4.1. Introducción
 - 2.4.2. El guion
 - 2.4.3. La idea
 - 2.4.4. Los géneros
 - 2.4.4.1. El cine fantástico y de terror
 - 2.4.4.2. El cine bélico
 - 2.4.4.3. La comedia
 - 2.4.4.4. El musical
 - 2.4.4.5. El documental
 - 2.4.5. Los personajes y el diálogo
 - 2.4.6. El guion literario vs el guion técnico
- 2.5. Teoría y análisis del montaje fílmico
 - 2.5.1. Introducción
 - 2.5.2. Definición del montaje
 - 2.5.3. Las unidades básicas de la narrativa fílmica
 - 2.5.4. Primeras aproximaciones teóricas
 - 2.5.5. Tipos de montaje
 - 2.5.6. El montaje invisible. Glosario sobre el montaje
- 2.6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la posmodernidad
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. Los orígenes del cine
 - 2.6.3. El cine de los orígenes: la articulación espacio-temporal
 - 2.6.4. Las vanguardias y el cine
 - 2.6.5. El cine de Hollywood
 - 2.6.6. El cine de arte y el ensayo
 - 2.6.7. El cine contemporáneo
- 2.7. El cine informático: de los noticiarios al documental
 - 2.7.1. Introducción
 - 2.7.2. El cine informativo
 - 2.7.3. Los noticiarios cinematográficos
 - 2.7.4. El documental
 - 2.7.5. El cine informativo de ficción
 - 2.7.6. El valor de los informativos como fuente histórica
- 2.8. El discurso televisivo: información y entretenimiento
 - 2.8.1. Introducción
 - 2.8.2. El discurso televisivo
 - 2.8.3. Narratología de la información audiovisual
 - 2.8.4. Los géneros de la información audiovisual
 - 2.8.5. El infoentretenimiento
 - 2.8.6. Los programas de entretenimiento
 - 2.8.7. El relato televisivo de ficción
- 2.9. El discurso publicitario audiovisual: spot, tráiler y videoclip
 - 2.9.1. Introducción
 - 2.9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
 - 2.9.2.1. Spot
 - 2.9.2.2. Tráiler
 - 2.9.2.3. Videoclip
- 2.10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital
 - 2.10.1. Introducción
 - 2.10.2. El paradigma digital
 - 2.10.3. Los nuevos medios del siglo XXI
 - 2.10.4. Nuevas prácticas mediáticas
 - 2.10.5. La condición postmedia

Asignatura 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. Las fuentes y el documento
 - 3.3.1. Introducción
 - 3.3.2. Las fuentes de información
 - 3.3.3. Los documentos
 - 3.3.4. Tipos de fuentes documentales
- 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

Asignatura 4. Teoría de la publicidad

- 4.1. Fundamentos de la publicidad
 - 4.1.1. Introducción
 - 4.1.2. Nociones básicas sobre la publicidad y el marketing
 - 4.1.2.1. La mercadotecnia
 - 4.1.2.2. La publicidad
 - 4.1.3. Publicidad, relaciones públicas y propaganda
 - 4.1.4. Dimensiones y alcance social de la publicidad contemporánea
 - 4.1.5. La publicidad de éxito: KFC
- 4.2. Historia de la publicidad
 - 4.2.1. Introducción
 - 4.2.2. Origen
 - 4.2.3. La Revolución Industrial y la publicidad
 - 4.2.4. El desarrollo de la industria publicitaria
 - 4.2.5. La publicidad en el mundo internet
 - 4.2.6. Publicidad de éxito: estudio del caso Coca-Cola
- 4.3. La publicidad y sus protagonistas I: el anunciante
 - 4.3.1. Introducción
 - 4.3.2. El funcionamiento de la industria publicitaria
 - 4.3.3. Tipos de anunciantes
 - 4.3.4. La publicidad en el organigrama de la empresa
 - 4.3.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Facebook
- 4.4. La publicidad y sus protagonistas II: las agencias de publicidad
 - 4.4.1. Introducción
 - 4.4.2. La agencia de publicidad: profesionales de la comunicación publicitaria
 - 4.4.3. La estructura organizativa de las agencias de publicidad
 - 4.4.4. Tipos de agencias de publicidad
 - 4.4.5. La gestión de honorarios en las agencias de publicidad
 - 4.4.6. Publicidad de éxito: Nike
- 4.5. La publicidad y sus protagonistas III: el receptor publicitario
 - 4.5.1. Introducción
 - 4.5.2. El receptor publicitario y su contexto
 - 4.5.3. El receptor publicitario como consumidor
 - 4.5.4. Necesidades y deseos en la publicidad
 - 4.5.5. Publicidad y memoria: sobre la eficacia publicitaria
 - 4.5.6. Publicidad de éxito: estudio del caso Ikea
- 4.6. El proceso de creación publicitaria I: del anunciante a los medios
 - 4.6.1. Introducción
 - 4.6.2. Aspectos preliminares sobre el proceso de creación publicitaria
 - 4.6.3. El brief de publicidad o brief de comunicación
 - 4.6.4. La estrategia creativa
 - 4.6.5. Estrategia de medios
 - 4.6.5.1. Publicidad de éxito: Apple
- 4.7. El proceso de creación publicitaria II: creatividad y publicidad
 - 4.7.1. Introducción
 - 4.7.2. Fundamentos del trabajo creativo de los publicitarios
 - 4.7.3. La creatividad publicitaria y su estatuto comunicativo
 - 4.7.4. La labor creativa en publicidad
 - 4.7.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Real Madrid
- 4.8. El proceso de creación publicitaria III: ideación y desarrollo del manifiesto publicitario
 - 4.8.1. Introducción
 - 4.8.2. La concepción creativa y la estrategia
 - 4.8.3. El proceso de la concepción creativa
 - 4.8.4. Los diez caminos básicos de la creatividad según Luis Bassat: los géneros publicitarios
 - 4.8.5. Los formatos publicitarios
 - 4.8.6. Publicidad de éxito: McDonald's

- 4.9. Planificación de medios publicitarios
 - 4.9.1. Introducción
 - 4.9.2. Los medios y la planificación
 - 4.9.3. Los medios publicitarios y su clasificación
 - 4.9.4. Herramientas para la planificación de medios
 - 4.9.5. Publicidad de éxito: Pepsi
- 4.10. Publicidad, sociedad y cultura
 - 4.10.1. Introducción
 - 4.10.2. La relación entre publicidad y sociedad
 - 4.10.3. Publicidad y emociones
 - 4.10.4. Publicidad, sujetos y cosas
 - 4.10.5. Publicidad de éxito: Burger King
- 5.4. El guion para Radio. Creatividad y expresión
 - 5.4.1. Introducción
 - 5.4.2. El guion radiofónico
 - 5.4.3. Principios básicos en la elaboración de un guion
- 5.5. Producción, realización y locución en radiodifusión
 - 5.5.1. Introducción
 - 5.5.2. Producción y realización
 - 5.5.3. Locución radiofónica
 - 5.5.4. Peculiaridades de la locución radiofónica
 - 5.5.5. Ejercicios prácticos de respiración y locución
- 5.6. La improvisación en radiodifusión
 - 5.6.1. Introducción
 - 5.6.2. Peculiaridades del medio radiofónico
 - 5.6.3. ¿Qué es la improvisación?
 - 5.6.4. ¿Cómo se lleva a cabo la improvisación?
 - 5.6.5. La información deportiva en Radio. Características y lenguaje
 - 5.6.6. Recomendaciones léxicas
- 5.7. Los géneros radiofónicos
 - 5.7.1. Introducción
 - 5.7.2. Los géneros radiofónicos
 - 5.7.2.1. La noticia
 - 5.7.2.2. La crónica
 - 5.7.2.3. El reportaje
 - 5.7.2.4. La entrevista
 - 5.7.3. La mesa redonda y el debate
- 5.8. La investigación de audiencias en Radio
 - 5.8.1. Introducción
 - 5.8.2. Investigación en Radio e inversión publicitaria
 - 5.8.3. Principales métodos de investigación
 - 5.8.4. Estudio general de medios
 - 5.8.5. Resumen del estudio general de medios
 - 5.8.6. Radio tradicional versus Radio online

Asignatura 5. Comunicación radiofónica

- 5.1. Historia de la radiodifusión
 - 5.1.1. Introducción
 - 5.1.2. Orígenes
 - 5.1.3. Orson Welles y "La Guerra de los Mundos"
 - 5.1.4. La Radio en el mundo
 - 5.1.5. La nueva Radio
- 5.2. Panorama actual de la Radio en Latinoamérica
 - 5.2.1. Introducción
 - 5.2.2. Historia de la Radio en Latinoamérica
 - 5.2.3. Actualidad
- 5.3. El lenguaje radiofónico
 - 5.3.1. Introducción
 - 5.3.2. Características de la comunicación radiofónica
 - 5.3.3. Elementos que configuran el lenguaje radiofónico
 - 5.3.4. Características de la construcción de textos radiofónicos
 - 5.3.5. Características de la redacción de textos radiofónicos
 - 5.3.6. Glosario de los términos utilizados en el lenguaje radiofónico
- 5.4. El guion para Radio. Creatividad y expresión
 - 5.4.1. Introducción
 - 5.4.2. El guion radiofónico
 - 5.4.3. Principios básicos en la elaboración de un guion
- 5.5. Producción, realización y locución en radiodifusión
 - 5.5.1. Introducción
 - 5.5.2. Producción y realización
 - 5.5.3. Locución radiofónica
 - 5.5.4. Peculiaridades de la locución radiofónica
 - 5.5.5. Ejercicios prácticos de respiración y locución
- 5.6. La improvisación en radiodifusión
 - 5.6.1. Introducción
 - 5.6.2. Peculiaridades del medio radiofónico
 - 5.6.3. ¿Qué es la improvisación?
 - 5.6.4. ¿Cómo se lleva a cabo la improvisación?
 - 5.6.5. La información deportiva en Radio. Características y lenguaje
 - 5.6.6. Recomendaciones léxicas
- 5.7. Los géneros radiofónicos
 - 5.7.1. Introducción
 - 5.7.2. Los géneros radiofónicos
 - 5.7.2.1. La noticia
 - 5.7.2.2. La crónica
 - 5.7.2.3. El reportaje
 - 5.7.2.4. La entrevista
 - 5.7.3. La mesa redonda y el debate
- 5.8. La investigación de audiencias en Radio
 - 5.8.1. Introducción
 - 5.8.2. Investigación en Radio e inversión publicitaria
 - 5.8.3. Principales métodos de investigación
 - 5.8.4. Estudio general de medios
 - 5.8.5. Resumen del estudio general de medios
 - 5.8.6. Radio tradicional versus Radio online

- 5.9. El sonido digital
 - 5.9.1. Introducción
 - 5.9.2. Conceptos básicos acerca del sonido digital
 - 5.9.3. Historia de la grabación de sonido
 - 5.9.4. Principales formatos de sonido digital
 - 5.9.5. Edición de sonido digital: Audacity
- 5.10. El nuevo radiofonista
 - 5.10.1. Introducción
 - 5.10.2. El nuevo radiofonista
 - 5.10.3. La organización formal de las emisoras
 - 5.10.4. La tarea del redactor
 - 5.10.5. La reunión de contenidos
 - 5.10.6. ¿Inmediatez o calidad?

Asignatura 6. Periodismo radiofónico

- 6.1. Historia de la Radio
 - 6.1.1. Historia de la información radiofónica en el mundo
 - 6.1.2. Origen
 - 6.1.3. Evolución de la información radiofónica
- 6.2. De los géneros literarios a los radiofónicos
 - 6.2.1. Introducción
 - 6.2.2. La razón de ser de los géneros
 - 6.2.3. De los géneros literarios a los radiofónicos, pasando por los periodísticos
 - 6.2.4. Clasificación de los géneros radiofónicos
- 6.3. Informativos
 - 6.3.1. Introducción
 - 6.3.2. La noticia como materia prima
 - 6.3.3. Tipos de programas informativos
- 6.4. El deporte como género radiofónico
 - 6.4.1. Introducción
 - 6.4.2. Historia
 - 6.4.3. Los formatos deportivos
 - 6.4.4. El futuro del deporte en la Radio
- 6.5. Programas de participación de la audiencia
 - 6.5.1. Introducción
 - 6.5.2. Razones para el éxito de la participación como género radiofónico
 - 6.5.3. Tipología del género de participación
- 6.6. Dramáticos
 - 6.6.1. Introducción
 - 6.6.2. Los subgéneros
 - 6.6.3. La técnica
- 6.7. Musicales
 - 6.7.1. Introducción
 - 6.7.2. Historia del género musical
 - 6.7.3. Los subgéneros
- 6.8. El magacín
 - 6.8.1. Introducción
 - 6.8.2. El magacín
 - 6.8.3. El magacín especializado
- 6.9. Historia de la publicidad
 - 6.9.1. Introducción
 - 6.9.2. Historia de la publicidad
 - 6.9.3. Tipos de publicidad
- 6.10. La publicidad como género radiofónico
 - 6.10.1. Introducción
 - 6.10.2. La publicidad en Radio
 - 6.10.3. La publicidad como género radiofónico
 - 6.10.4. El fenómeno publicitario radiofónico en el proceso de comunicación

Asignatura 7. Periodismo deportivo

- 7.1. La prensa deportiva
 - 7.1.1. Introducción
 - 7.1.2. Actualidad
 - 7.1.3. Calidad en la información deportiva
 - 7.1.3.1. Fuentes
 - 7.1.3.2. Lenguaje

- 7.1.4. La prensa deportiva local
 - 7.1.4.1. Credibilidad de la información local
 - 7.1.4.2. Temática deportiva
- 7.2. Los géneros deportivos
 - 7.2.1. Introducción
 - 7.2.1.1. Del papel a la web
 - 7.2.1.2. De lo analógico a lo digital
 - 7.2.1.3. De la información a la opinión
 - 7.2.2. Estructura y lenguaje
 - 7.2.2.1. Titulares
 - 7.2.2.2. Entradillas
 - 7.2.2.3. Declaraciones y despiece
 - 7.2.3. Elementos de las piezas interpretativas
 - 7.2.3.1. Crónicas
 - 7.2.3.2. Reportajes
 - 7.2.3.3. Entrevistas
 - 7.2.4. Habilidades del periodista deportivo
- 7.3. La programación deportiva en televisión
 - 7.3.1. Introducción
 - 7.3.2. Evolución de los programas deportivos en televisión
 - 7.3.2.1. El deporte en las televisiones públicas
 - 7.3.2.2. El deporte en las televisiones de pago
 - 7.3.3. Programación deportiva en televisión
 - 7.3.3.1. Las retransmisiones
 - 7.3.3.2. El espectáculo como estrategia
 - 7.3.3.3. La tecnología
- 7.4. Tendencias de la Radio
 - 7.4.1. Introducción
 - 7.4.2. La Radio
 - 7.4.3. Tendencias del Periodismo radiofónico
 - 7.4.3.1. Contenidos
 - 7.4.3.2. Archivo sonoro
 - 7.4.3.3. Reportajes para una Radio bajo demanda
- 7.5. Las imágenes en el Periodismo deportivo
 - 7.5.1. Introducción
 - 7.5.2. El deporte y las imágenes
 - 7.5.2.1. Concepto de deporte
 - 7.5.2.2. Mediatisación del deporte
 - 7.5.2.3. Concepto de imagen
 - 7.5.3. La imagen en el Periodismo deportivo
 - 7.5.3.1. Concepto de Periodismo deportivo
 - 7.5.3.2. Fotoperiodismo deportivo
 - 7.5.3.3. La imagen en movimiento
 - 7.5.4. La especulación mediática del deporte
- 7.6. Nuevas narrativas digitales en el Periodismo deportivo
 - 7.6.1. Introducción
 - 7.6.2. Nuevas narrativas multimedia
 - 7.6.2.1. Imágenes
 - 7.6.2.2. La mutación del audio y del video
 - 7.6.3. El Periodismo de datos
 - 7.6.3.1. Búsqueda
 - 7.6.3.2. Análisis
 - 7.6.4. El relato interactivo
 - 7.6.5. De la realidad virtual a la realidad aumentada
- 7.7. El lenguaje de los periodistas deportivos
 - 7.7.1. Introducción
 - 7.7.2. Características
 - 7.7.2.1. Libertad estilística y creatividad
 - 7.7.2.2. Errores
 - 7.7.3. Obras de referencia para su estudio
 - 7.7.4. Responsabilidad del periodista
- 7.8. El deporte femenino y los medios de comunicación
 - 7.8.1. Introducción
 - 7.8.2. Deporte y género: deporte habitualmente practicado por mujeres y hombres
 - 7.8.3. Mujer y deporte: el deporte femenino
 - 7.8.3.1. Edades del deporte femenino
 - 7.8.3.2. Deportes mixtos

- 7.8.4. La mujer en el Periodismo deportivo
- 7.8.5. Lenguaje sexista
- 7.8.6. Importancia de los nuevos medios de comunicación para el deporte femenino
- 7.9. Redes sociales en el deporte
 - 7.9.1. Introducción
 - 7.9.2. El uso de las redes sociales en el deporte
 - 7.9.3. Consecuencias para periodistas y profesionales de los medios
 - 7.9.4. Consecuencias para deportistas y aficionados
 - 7.9.4.1. Marcas personales
 - 7.9.4.2. Gestión de la crisis
- 7.10. Hacia un nuevo modelo de gestión comunicativa en las organizaciones deportivas
 - 7.10.1. Introducción
 - 7.10.2. El papel de la comunicación corporativa en el deporte
 - 7.10.3. Actores de la gestión comunicación del deporte
 - 7.10.4. La evolución del modelo comunicativo influido por las TCI

Asignatura 8. Periodismo cultural

- 8.1. El Periodismo cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital
 - 8.1.1. Objetivos y fuentes del Periodismo cultural en los medios audiovisuales
 - 8.1.2. Conocer al público y saber dónde encontrarlo
 - 8.1.3. Programas y géneros del Periodismo cultural en medios lineales y no lineales de Radio y televisión
- 8.2. El arte de contar las historias
 - 8.2.1. La perspectiva de la narratología
 - 8.2.2. Autoconocimiento, motivación y metas personales en el ejercicio del Periodismo cultural
 - 8.2.3. La creatividad y el punto de vista del relato periodístico
 - 8.2.4. El rigor informativo en la información cultural
 - 8.2.5. La identidad y el estilo marca personal
- 8.3. Guías esenciales de documentación periodística cultural
 - 8.3.1. Documentación histórica
 - 8.3.2. Documentación actual
 - 8.3.3. La rabiosa actualidad
- 8.4. La filosofía 3.0 de la comunicación
 - 8.4.1. La web 3.0: definiciones y características
 - 8.4.2. El periodismo cultural en la web 3.0
 - 8.4.3. Características de la redacción periodística a partir de la convergencia
- 8.5. Gestión de medios y redes sociales
 - 8.5.1. Facebook
 - 8.5.2. Twitter
 - 8.5.3. Instagram
 - 8.5.4. Linkedin
 - 8.5.5. Otras redes
- 8.6. Contenidos periodísticos interactivos
 - 8.6.1. El rol del profesional del Periodismo
 - 8.6.2. Informar o entretenir
 - 8.6.3. Más medios digitales
 - 8.6.4. Contenidos de periodismo interactivo
- 8.7. Los paradigmas de la comunicación
 - 8.7.1. La audiencia y el usuario
 - 8.7.2. El medio y el contenido
 - 8.7.3. El soporte
 - 8.7.4. El tiempo
 - 8.7.5. La desinformación
- 8.8. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados
 - 8.8.1. SEO
 - 8.8.2. SEM
 - 8.8.3. SMO
 - 8.8.4. SMM
 - 8.8.5. SERM

Asignatura 9. Empresa informativa

- 9.1. Concepto y evolución de la empresa informativa
 - 9.1.1. ¿Qué es la empresa informativa?
 - 9.1.2. Características de la empresa periodística
 - 9.1.3. Tipos de empresa informativa
- 9.2. Organización de la empresa informativa
 - 9.2.1. Introducción
 - 9.2.2. ¿Qué es organizar una empresa?
 - 9.2.3. ¿Cómo se estructura una empresa informativa?
 - 9.2.4. Modelos de estructuras organizativas
- 9.3. Estructura multimedia de la empresa informativa
 - 9.3.1. Introducción
 - 9.3.2. Estructura multimedia de la empresa informativa
 - 9.3.3. De la empresa informativa al conglomerado multimedia
 - 9.3.4. La concentración de medios: causas y consecuencias
 - 9.3.5. Grandes grupos de comunicación
- 9.4. Comercialización del producto de la empresa informativa
 - 9.4.1. Introducción
 - 9.4.2. Características de la comercialización en la empresa informativa
 - 9.4.3. Comercialización según canal de distribución
 - 9.4.4. Comercialización en la empresa digital
- 9.5. Ingresos y gastos en la empresa informativa
 - 9.5.1. Introducción
 - 9.5.2. La empresa informativa en el entorno económico
 - 9.5.3. Ciclo de producción en la empresa informativa
 - 9.5.4. Estructura económica de la empresa informativa
- 9.6. El plan de empresa informativa
 - 9.6.1. Introducción
 - 9.6.2. Circunstancias del emprendimiento y el autoempleo en el mercado informativo
 - 9.6.3. La creación de una empresa informativa
 - 9.6.4. El plan de empresa informativa
 - 9.6.5. Posibilidades mercantiles de la empresa informativa
- 9.7. Mercadotecnia informativa y planificación estratégica
 - 9.7.1. Introducción
 - 9.7.2. ¿Qué es la mercadotecnia?
 - 9.7.3. La mercadotecnia operativo
 - 9.7.4. Las 4 p's de la mercadotecnia
- 9.8. Distribución y promoción del producto informativo
 - 9.8.1. Introducción
 - 9.8.2. La distribución
 - 9.8.3. Promoción de los productos informativos: la promoción de ventas y la promoción de publicidad
- 9.9. Difusión informativa y audiencias
 - 9.9.1. Introducción
 - 9.9.2. ¿Qué entendemos por difusión informativa?
 - 9.9.3. ¿Para qué sirve la difusión informativa?
 - 9.9.4. Indicadores de difusión y audiencia
- 9.10. Los recursos humanos y la dirección empresarial
 - 9.10.1. Introducción
 - 9.10.2. La responsabilidad de la empresa informativa en la gestión de personal
 - 9.10.3. La motivación laboral
 - 9.10.4. La dirección de la empresa informativa

Asignatura 10. Opinión Pública

- 10.1. El concepto de opinión pública
 - 10.1.1. Introducción
 - 10.1.2. Definición
 - 10.1.3. La opinión pública como fenómeno racional y como forma de control social
 - 10.1.4. Fases del crecimiento de la opinión pública como disciplina
 - 10.1.5. El siglo XX
- 10.2. Marco teórico de la opinión pública
 - 10.2.1. Introducción
 - 10.2.2. Perspectivas de la disciplina de la opinión pública en el siglo XX
 - 10.2.3. Autores del siglo XX
 - 10.2.4. Walter Lippmann: la opinión pública sesgada
 - 10.2.5. Jürgen Habermas: la perspectiva político-valorativa
 - 10.2.6. Niklas Luhmann: la opinión pública como modalidad comunicativa
- 10.3. Psicología social y opinión pública
 - 10.3.1. Introducción
 - 10.3.2. Variables psicosociales en la relación de los entes persuasivos con sus públicos
 - 10.3.3. El nombre
 - 10.3.4. El conformismo
- 10.4. Modelos de influencia mediática
 - 10.4.1. Introducción
 - 10.4.2. Modelos de influencia mediática
 - 10.4.3. Tipos de efectos de los medios de comunicación
 - 10.4.4. La investigación de los efectos de los medios
 - 10.4.5. El poder de los medios
- 10.5. Opinión pública y comunicación política
 - 10.5.1. Introducción
 - 10.5.2. La comunicación política electoral. La propaganda
 - 10.5.3. La comunicación política de los gobiernos

- 10.6. Opinión pública y elecciones
 - 10.6.1. Introducción
 - 10.6.2. ¿Influyen las campañas electorales en la opinión pública?
 - 10.6.3. El efecto de los medios en campaña electoral como refuerzo de las opiniones
 - 10.6.4. Los efectos de la opinión pública
- 10.7. Gobierno y opinión pública
 - 10.7.1. Introducción
 - 10.7.2. Los representantes y sus representados
 - 10.7.3. Los partidos políticos y la opinión pública
 - 10.7.4. Las políticas públicas como expresión de la acción de gobierno
- 10.8. La intermediación política de la prensa
 - 10.8.1. Introducción
 - 10.8.2. Los periodistas como intermediadores políticos
 - 10.8.3. Disfunciones de la intermediación periodística
 - 10.8.4. La confianza en los periodistas como intermediadores
- 10.9. Esfera pública y modelos emergentes de democracia
 - 10.9.1. Introducción
 - 10.9.2. La esfera pública en la sociedad de la información
 - 10.9.3. Modelos emergentes de democracia
- 10.10. Métodos y técnicas de investigación de la opinión pública
 - 10.10.1. Introducción
 - 10.10.2. Las encuestas de opinión
 - 10.10.3. Tipos de encuestas
 - 10.10.4. Análisis

Asignatura 11. Metodología de la investigación

- 11.1. Fundamentos de la investigación
 - 11.1.1. ¿Qué es la investigación?
 - 11.1.1.1. Definición y concepto
 - 11.1.1.2. Importancia y propósito
 - 11.1.1.3. Tipos de investigación

- 11.1.2. Paradigmas de investigación
 - 11.1.2.1. Positivista
 - 11.1.2.2. Constructivista
 - 11.1.2.3. Sociocrítico
 - 11.1.2.4. Interpretativo
 - 11.1.2.5. Postpositivista
- 11.1.3. Enfoques metodológicos
 - 11.1.3.1. Cualitativo
 - 11.1.3.2. Cuantitativo
 - 11.1.3.3. Mixto
- 11.2. El problema
 - 11.2.1. Formulación del problema de investigación
 - 11.2.1.1. Identificación y delimitación del problema
 - 11.2.1.2. Construcción de preguntas de investigación
 - 11.2.1.3. Establecimiento de objetivos de investigación
 - 11.2.1.4. Hipótesis o supuesto de investigación
- 11.3. El marco teórico
 - 11.3.1. Revisión de literatura
 - 11.3.2. Desarrollo del marco conceptual
 - 11.3.3. Criterios de selección de referentes teóricos significativos y pertinentes para el objeto de estudio
 - 11.3.4. Estado del arte
 - 11.3.5. Articulación discursiva de corrientes teóricas seleccionadas con el objeto de estudio
- 11.4. El diseño metodológico
 - 11.4.1. Selección de métodos y técnicas de investigación
 - 11.4.2. Diseño de instrumentos de recolección de datos
 - 11.4.3. Muestreo y selección de la muestra
- 11.5. Recolección y análisis de datos
 - 11.5.1. Proceso de recolección de datos
 - 11.5.2. Técnicas de recolección de datos cualitativos
 - 11.5.3. Técnicas de recolección de datos cuantitativos
- 11.5.4. Análisis de datos
 - 11.5.4.1. Análisis estadístico
 - 11.5.4.2. Análisis cualitativo
 - 11.5.4.3. Triangulación de datos
- 11.6. Herramientas avanzadas de investigación
 - 11.6.1. Software especializado
 - 11.6.1.1. Análisis estadístico con SPSS
 - 11.6.1.2. Análisis cualitativo con NVivo o Atlas.ti
 - 11.6.2. Técnicas de visualización de datos
 - 11.6.2.1. Gráficos, diagramas, mapas semánticos
- 11.7. Interpretación y presentación de resultados
 - 11.7.1. Interpretación de hallazgos
 - 11.7.1.1. Significado y relevancia de los resultados
 - 11.7.1.2. Implicaciones prácticas
 - 11.7.2. Presentación de resultados
- 11.8. Ética y aspectos legales en la investigación
 - 11.8.1. Principios éticos de investigación
 - 11.8.1.1. Consentimiento informado
 - 11.8.1.2. Confidencialidad y privacidad
 - 11.8.2. Aspectos legales
 - 11.8.3. Normativas y regulaciones
 - 11.8.4. Responsabilidad del investigador
- 11.9. Informe de investigación y la elaboración de artículo científico
 - 11.9.1. Orientación sobre la redacción del manuscrito, incluyendo la sección de introducción, metodología, resultados y discusión
 - 11.9.2. Preparación para la presentación oral del informe
 - 11.9.3. Estrategias para comunicar efectivamente los hallazgos. Respuestas a preguntas y críticas durante la defensa
 - 11.9.4. Estructura y estilo requeridos para la publicación en revistas científicas
 - 11.9.4.1. Criterios de selección de revistas adecuadas para la publicación
 - 11.9.5. Elaboración de artículo científico

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:



¿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.



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



¿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 períodos 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 permite 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





05

Objetivos docentes

Esta titulación universitaria proporciona una preparación avanzada en los aspectos técnicos, expresivos y narrativos del medio sonoro. De igual modo, los egresados perfeccionarán su dominio de la voz como instrumento comunicativo y manejarán técnicas innovadoras para la construcción de relatos capaces de captar distintas audiencias. A su vez, los especialistas dominarán el uso de herramientas tecnológicas de vanguardia para optimizar tanto la edición como la producción de las piezas informativas. De esta forma, los profesionales estarán altamente preparados para desenvolverse con solvencia tanto en entornos tradicionales como digitales, aplicando criterios éticos y profesionales rigurosos.

*Living
success*

66

Serás capaz de locutar programas
radiofónicos con una excelsa
claridad, expresividad y adecuación
al género informativo”



Objetivos generales

- ◆ Comprender los fundamentos del Periodismo radiofónico, su impacto social y las habilidades clave para desempeñarse en distintos formatos
- ◆ Ahondar en las especificidades de los elementos del lenguaje audiovisual
- ◆ Dominar los principios de la documentación en medios, la gestión de fuentes y bases de datos
- ◆ Profundizar en la evolución histórica, los géneros y el lenguaje radiofónico
- ◆ Manejar herramientas tecnológicas de última generación aplicadas a la locución, grabación, edición y emisión de contenidos sonoros
- ◆ Fomentar la creatividad y la innovación en la construcción de relatos sonoros, adaptados a distintas audiencias y plataformas
- ◆ Promover el pensamiento crítico y ético en el ejercicio del Periodismo de Radio con especial atención a la veracidad, la diversidad y la responsabilidad informativa
- ◆ Impulsar el dominio técnico y expresivo de la voz como instrumento comunicativo perfeccionando la entonación, dicción y ritmo en función del formato





Objetivos específicos

Asignatura 1. Teoría del Periodismo

- Analizar los principios que rigen el Periodismo contemporáneo, con especial atención a sus aplicaciones en la Radio
- Identificar las funciones sociales del periodismo radiofónico en la construcción de la opinión pública

Asignatura 2. Narrativa audiovisual

- Desarrollar técnicas efectivas para crear relatos efectivos que integren sonido, música y voz
- Aplicar recursos narrativos sofisticados que capten la atención del oyente y generen experiencias inmersivas en el espacio radiofónico

Asignatura 3. Documentación informativa

- Manejar fuentes de información fiables y actualizadas para elaborar contenidos radiofónicos precisos y contrastados
- Dominar métodos de verificación documental específicos para el formato radiofónico

Asignatura 4. Teoría de la publicidad

- Ahondar en los fundamentos de la publicidad y su impacto en la audiencia radiofónica
- Diseñar mensajes publicitarios adaptados al medio de la Radio, considerando formatos y tiempos adecuados

Asignatura 5. Comunicación radiofónica

- Utilizar estrategias innovadoras de comunicación para mejorar la conexión con el público y fidelizarlo a largo plazo
- Evaluar el impacto de la comunicación radiofónica en distintos tipos de audiencia

Asignatura 6. Periodismo radiofónico

- Abordar técnicas sofisticadas de redacción y locución específicas para la producción de noticias en la Radio
- Ser capaz de gestionar el proceso completo de producción radiofónica, desde la planificación hasta la difusión

Asignatura 7. Periodismo deportivo

- Obtener competencias avanzadas para elaborar contenidos deportivos atractivos y precisos
- Analizar la importancia del lenguaje y los recursos auditivos en la narración de eventos deportivos en la Radio

Asignatura 8. Periodismo cultural

- Difundir contenidos culturales mediante formatos radiofónicos innovadores
- Fomentar la sensibilización y el interés por la cultura a través de programas y espacios en la Radio

Asignatura 9. Empresa informativa

- Comprender los procesos organizativos necesarios para gestionar eficazmente una empresa de comunicación radiofónica en un entorno globalizado
- Identificar los diferentes tipos de empresas informativas existentes, así como su estructura y funcionamiento específico en el ámbito del Periodismo de Radio





Asignatura 10. Opinión Pública

- Comprender y analizar las diversas manifestaciones, fenómenos y dinámicas que conforman la opinión pública
- Reflexionar con rigor empírico sobre cómo la labor periodística contribuye a la generación y expresión de dicha opinión
- Comunicar y gestionar la opinión pública empleando los métodos, lenguajes y soportes tecnológicos disponibles en el Periodismo radiofónico

Asignatura 11. Metodología de la investigación

- Desarrollar habilidades para diseñar y ejecutar proyectos de investigación
- Aplicar la investigación para mejorar estrategias publicitarias y de Relaciones Públicas

“

Podrás acceder al Campus Virtual a cualquier hora e incluso descargar los contenidos didácticos para consultarlos siempre que lo necesites”

06

Salidas profesionales

Al completar esta Maestría Oficial Universitaria en Periodismo de Radio, los egresados estarán preparados para desempeñar múltiples roles dentro del ámbito radiofónico y sonoro. Podrán ejercer como periodistas de radio, locutores, guionistas, productores, editores de sonido o directores de programas, participando activamente en la creación y gestión de espacios informativos, culturales o de entretenimiento. También tendrán la posibilidad de trabajar en emisoras tradicionales, plataformas digitales, pódcast y medios multimedia, aplicando su creatividad y dominio técnico en la elaboración de contenidos atractivos y de calidad. Todo ello respaldado por una sólida base ética, comunicativa y profesional.

Upgrading...



“

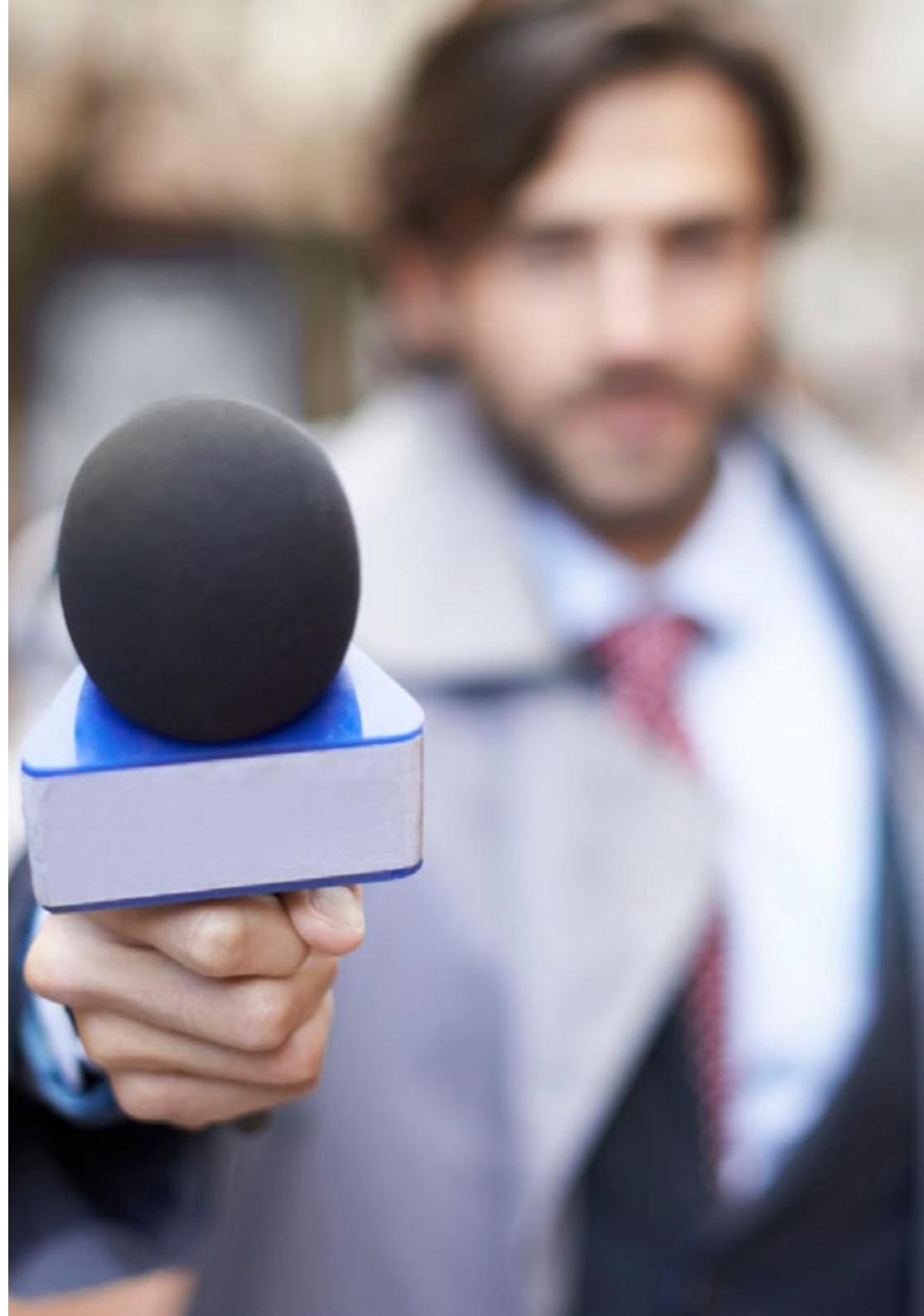
Te ejercitarás como Productor de Contenidos Radiofónicos Multiformato, adaptando las piezas informativas a distintos públicos y plataformas de distribución sonora”

Perfil del egresado

En lo que respecta al perfil profesional que adquirirán los egresados de esta Maestría Oficial Universitaria, sobresale su preparación integral para desenvolverse en medios tradicionales y digitales. A este respecto, esta propuesta académica ha sido diseñado para capacitar comunicadores capaces de producir, dirigir y locutar contenidos de alta calidad. Por otro lado, además de brindar acceso a oportunidades laborales en esos contextos, el plan de estudios se centra en las técnicas más innovadoras de narración sonora, edición y difusión en plataformas contemporáneas.

Crearás guiones originales para coberturas informativas a través de técnicas vanguardistas de storytelling y montaje sonoro.

- ◆ **Comunicación Sonora Profesional:** Los alumnos desarrollan una expresión oral precisa, clara y persuasiva; adaptando el estilo al tipo de audiencia y al formato correspondiente
- ◆ **Gestión de Proyectos Informativos:** Se fortalece la capacidad para ejecutar programas radiofónicos; incluyendo la gestión del tiempo en emisiones en vivo, el trabajo en equipo y la producción de contenidos bajo presión
- ◆ **Pensamiento Crítico y Rigor Informativo:** Los profesionales adquieren herramientas avanzadas para analizar el contexto social, político y cultural de la información; lo que les permite evaluar las fuentes y contenidos con objetividad
- ◆ **Competencia Digital y Tecnológica:** Se capacita en el uso de software de edición de audio, plataformas de streaming e incluso en técnicas de distribución multiplataforma ajustadas al Periodismo Radiofónico



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

1. Medios de Comunicación: La especialización radiofónica permite al experto incorporarse a emisoras tradicionales, medios digitales o proyectos de *podcasting* con un alto perfil técnico, narrativo y editorial.

- ◆ Locutor en emisoras
- ◆ Redactor de programas informativos y culturales
- ◆ Guionista de contenidos sonoros para radio o podcast
- ◆ Editor de contenidos en medios digitales

2. Producción y Nuevas Plataformas: Los egresados están elevadamente preparados para liderar proyectos de comunicación sonora en el ámbito digital, donde la creatividad y la técnica convergen.

- ◆ Creador de pódcast temáticos o de marca
- ◆ Especialista en contenido multiplataforma y distribución sonora
- ◆ Director de proyectos de audio
- ◆ Asesor en producción radiofónica para plataformas digitales

3. Comunicación Institucional y Corporativa: Las habilidades adquiridas permiten al alumnado gestionar la comunicación sonora dentro de organizaciones, reforzando la identidad institucional mediante audio.

- ◆ Responsable de comunicación en instituciones
- ◆ Productor de cápsulas institucionales y pódcast corporativos
- ◆ Asesor en imagen sonora y posicionamiento de marca
- ◆ Coordinador de estrategias de audio en campañas de comunicación

4. Cultura y Divulgación: La Radio y el audio ofrecen oportunidades en el ámbito cultural para contar historias, divulgar conocimiento y generar experiencias sonoras de alto impacto.

- ◆ Divulgador en medios culturales
- ◆ Productor de contenidos para museos, centros culturales y editoriales
- ◆ Gestor de proyectos de memoria sonora o archivo de audio
- ◆ Crítico especializado en formatos radiales y narrativas sonoras



Manejarás herramientas tecnológicas modernas para editar efectos sonoros y garantizar la calidad narrativa de los productos finales"

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
língüística*

66

*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"



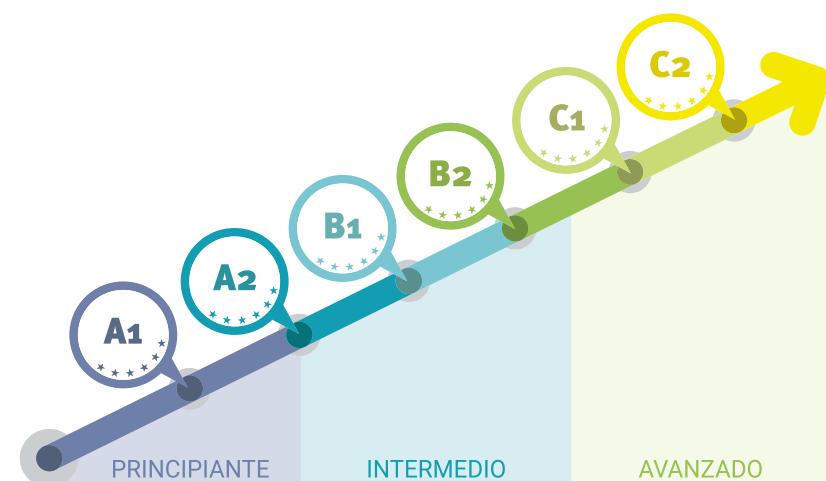
“

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



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



08

Metodología de estudio

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

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

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*



“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto.

Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

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

“

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





Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



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

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

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

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

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

“

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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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



La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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

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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

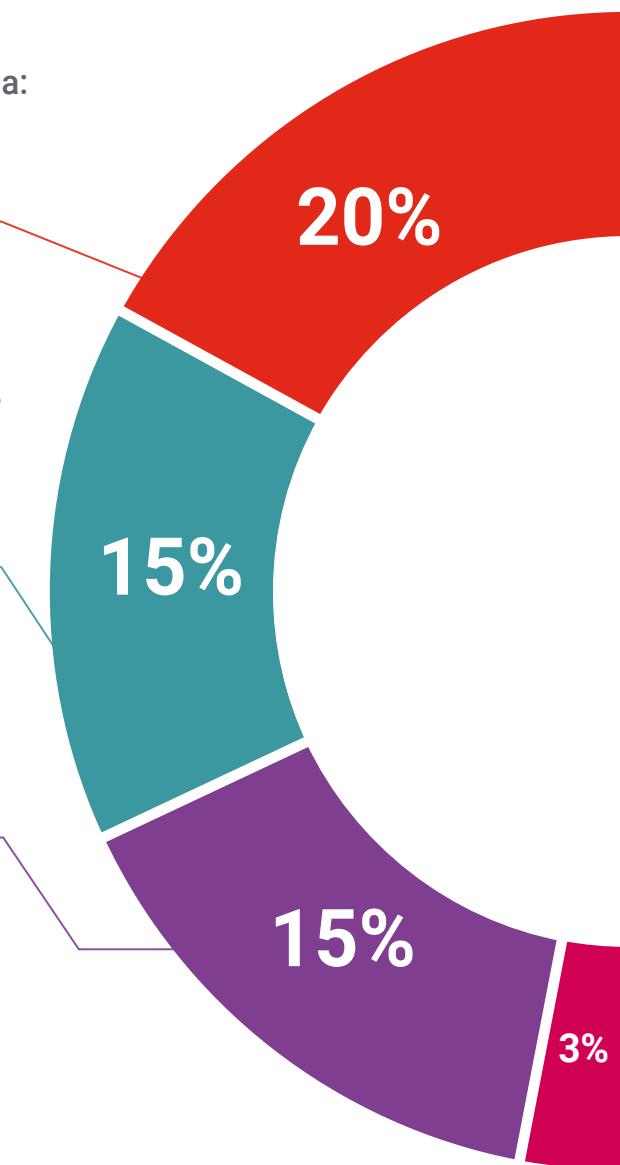
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

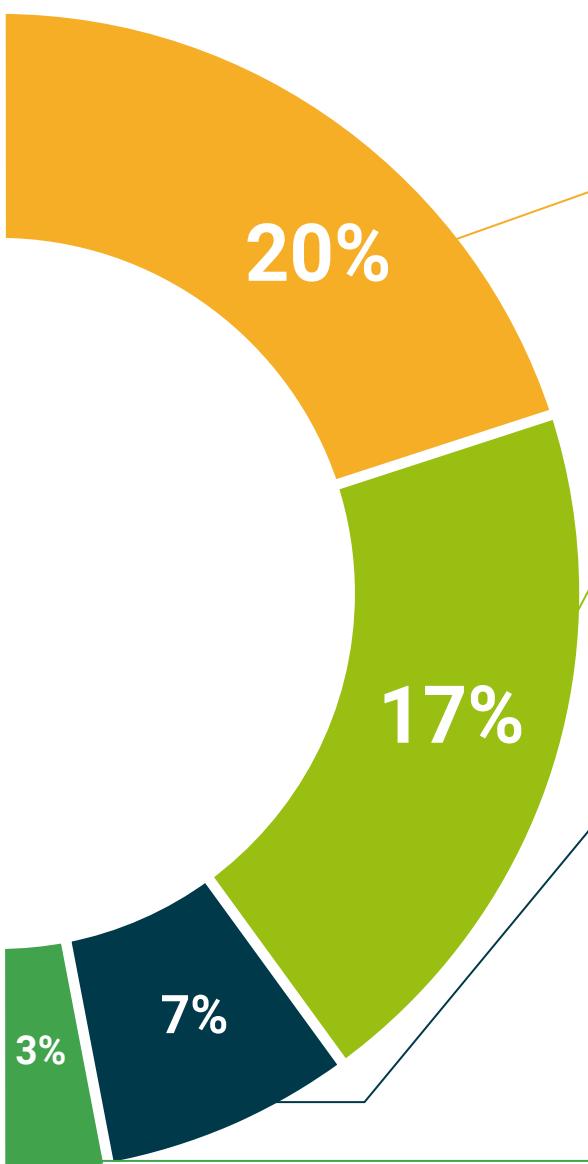
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Case Studies
Completarás una selección de los mejores case studies de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



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



Clases magistrales
Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



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



09

Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Periodismo de Radio 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.



66

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

La **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo de Radio** 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 **20253817**, de fecha **12/11/2025**, modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

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

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

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

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

informacion@techtitute.com



[Ver documento RVOE](#)

*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.

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

Aval/Membresía



Título: **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo de Radio**

No. de RVOE: **20253817**

Fecha acuerdo RVOE: **12/11/2025**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **2 años**

“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación oficial para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como Periodismo de Radio”

	<p>Clave Única de Registro de Población </p> <p>Folio Digital https://www.signed.sep.gob.mx/titulos/utenticacion/</p>	
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 PERIODISMO DE RADIO		
Nombre del perfil o carrera		Clave del perfil o carrera
Datos de la institución		
TECH MÉXICO UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA		
Nombre		
20253817		
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:		
Cargo:	DIRECTORA DE REGISTROS ESCOLARES, OPERACIÓN Y EVALUACIÓN	
No. Certificado:	00001000000510871752	
Sello Digital:	XX	
Fecha de Autenticación:		
<p>La presente constancia de autenticación se expide como un registro fiel del trámite de autenticación a que se refiere el artículo 1º de la Ley General de Educación Superior. La integridad 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.</p> <p>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 1º, 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.</p> <p>La integridad y autoría del presente documento se podrá comprobar a través de la página electrónica de la Secretaría de Educación Pública, por medio de la siguiente lig: https://www.signed.sep.gob.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.</p>		

10

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo de Radio** 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.



66

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 Periodismo de Radio** 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 Periodismo de Radio** 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.



66

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”

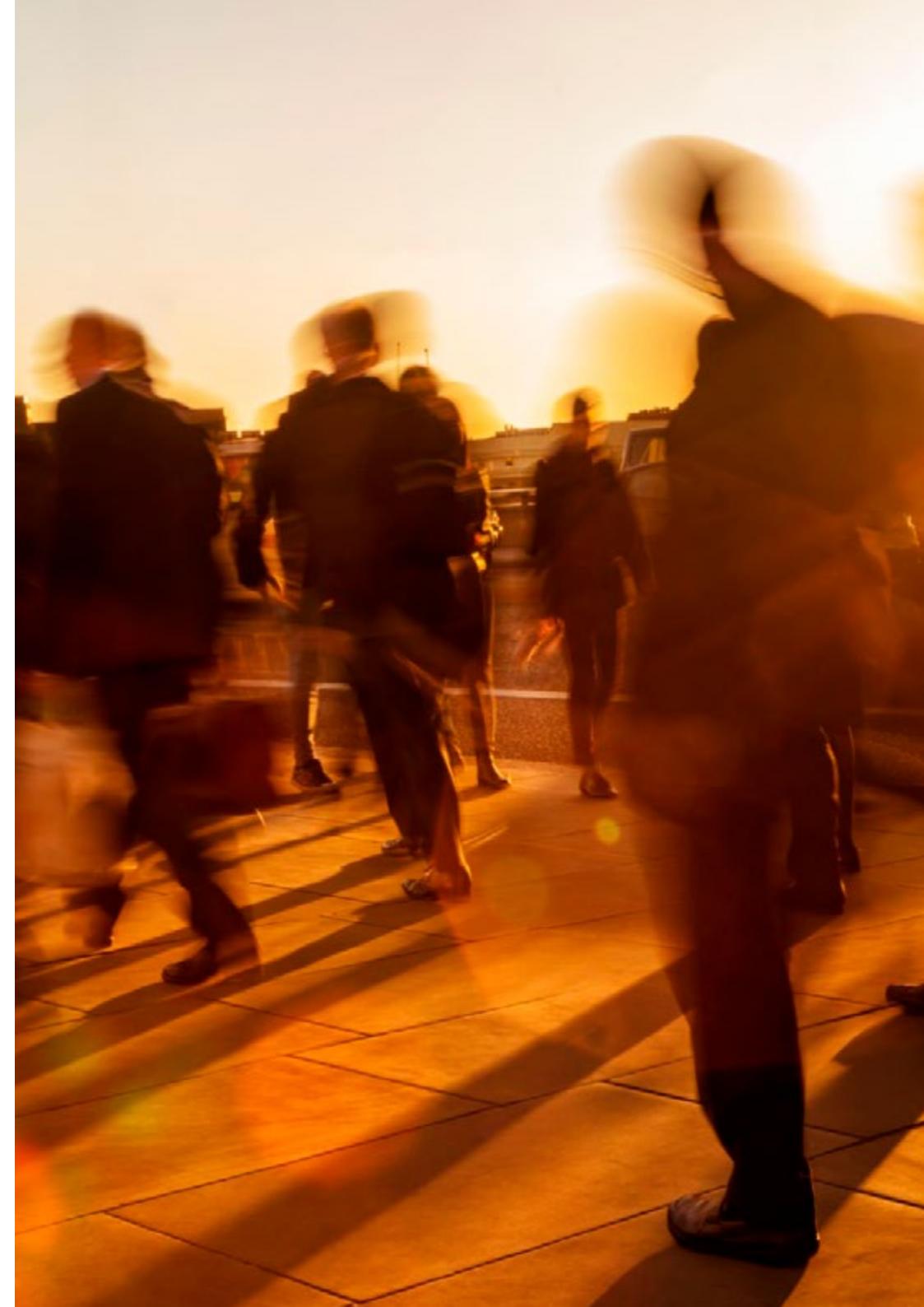
La normativa establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo de Radio** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

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.



66

*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: procesodeadmisión@techtitute.com

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



Nº de RVOE: 20253817

**Maestría Oficial
Universitaria
Periodismo de Radio**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **2 años**

Fecha acuerdo RVOE: **12/11/2025**

Maestría Oficial Universitaria

Periodismo de Radio

Nº de RVOE: 20253817

Aval/Membresía



Society of Professional
Journalists



tech
universidad