

Máster Título Propio

Investigación Periodística y Reportaje en Televisión



Máster Título Propio Investigación Periodística y Reportero en Televisión

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-investigacion-periodistica-reporterismo-television

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 26

05

Salidas profesionales

pág. 32

06

Metodología de estudio

pág. 36

07

Cuadro docente

pág. 46

08

Titulación

pág. 50

01

Presentación del programa

El Periodismo de Investigación y el reportaje televisivo son aspectos fundamentales para garantizar una información rigurosa, profunda y transparente. Mientras las *fake news* proliferan y la censura se intensifica, los periodistas deben contar con herramientas avanzadas para contrastar, analizar y narrar con impacto. De hecho, Reporteros Sin Fronteras, señala en un reciente informe que más del 70% de los periodistas enfrentan restricciones para acceder a la información. En este sentido, TECH ha desarrollado un programa universitario de alto nivel que permite actualizar y perfeccionar habilidades clave. Gracias a su enfoque 100% online y la guía de expertos, ofrece una capacitación flexible y adaptada a las exigencias del periodismo actual.



“

Con este Máster Título Propio 100% online de TECH hazte experto en big data y domina las nuevas formas de transmisión vía streaming ”

El Periodismo ha sido clave en la evolución de la sociedad. Desde las primeras gacetas en el siglo XVII hasta la era digital, los profesionales del sector han trabajado con rigor para garantizar el derecho a la información. Sin embargo, hoy en día, la sobrecarga de datos, la desinformación y la inmediatez de las redes sociales han cambiado las reglas del juego. Ante este desafío, los periodistas necesitan herramientas avanzadas para contrastar, analizar y narrar con profundidad.

Por ello, el Máster Título Propio en Investigación Periodística y Reportero en Televisión de TECH ha sido diseñado para dotar a los profesionales de conocimientos actualizados y habilidades especializadas en investigación y reportero audiovisual. Esta titulación universitaria se enfoca en desarrollar y afianzar técnicas avanzadas de recopilación de información, verificación de fuentes y producción de reportajes de alto impacto, promoviendo mejores oportunidades en medios de comunicación, agencias informativas, plataformas digitales y equipos de Comunicación institucional.

Gracias a su modalidad 100% online, los alumnos podrán acceder desde el primer día a un temario exhaustivo, con materiales innovadores como artículos de investigación, lecturas complementarias, vídeos detallados y resúmenes dinámicos. Además, podrán organizar su aprendizaje sin restricciones de horarios ni clases presenciales, adaptándolo a su disponibilidad y ritmo.

Este itinerario académico es una oportunidad única para especializarse en un sector en constante evolución y fortalecer su perfil profesional. Con el respaldo de TECH, la mayor universidad digital del mundo, los alumnos recibirán una educación de alto nivel que les permitirá ejercer un Periodismo riguroso, veraz y comprometido con la sociedad. Además, este programa académico ofrece 10 *Masterclasses* complementarias, impartidas por un Director Invitado Internacional de trayectoria en la industria del Periodismo.

Este **Máster Título Propio en Investigación Periodística y Reportero en Televisión** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

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



*¡Refuerza tu perfil profesional! con TECH
Podrás acceder a 10 Masterclasses únicas,
impartidas por un Director de prestigio en
el campo del Periodismo de Investigación”*

“

Trabajarás con las estrategias metodológicas más innovadoras y exhaustivas para ampliar y actualizar tus conocimientos en estrategias de producción audiovisual”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del periodismo, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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

Apuesta por un programa innovador, con modalidad 100% online y la plataforma educativa más completa del ecosistema universitario actual.

Podrás perfeccionar tus cualidades narrativas y discursivas para los diferentes formatos digitales.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

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

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

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

La 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.

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

En una sociedad donde la desinformación crece y la inmediatez digital desafía la veracidad, el Periodismo de Investigación y el reportaje televisivo son más esenciales que nunca. Por ello, este Máster Título Propio ofrece un plan de estudios diseñado para desarrollar habilidades avanzadas en análisis, verificación y narración de hechos. A través de un enfoque actualizado, los alumnos aprenderán a contrastar fuentes, elaborar reportajes de impacto y adaptarse a las exigencias del sector. Además, los profesionales se capacitarán en el uso de las tecnologías 5G y *big data*, temas innovadores y con gran demanda profesional.



“

Domina las nuevas tendencias de la producción audiovisual y anticipáte a los cambios del sector para destacar y potenciar tu carrera profesional”

Módulo 1. Introducción al Periodismo de Investigación

- 1.1. Periodismo de Investigación. Legalidad y transparencia
 - 1.1.1. Historia del Periodismo de Investigación
 - 1.1.1.1. Antecedentes
 - 1.1.1.2. Actualidad del Periodismo de Investigación
 - 1.1.1.3. Escenario cambiante del Periodismo de Investigación
 - 1.1.1.4. Periodismo de Datos
 - 1.1.2. Proceso de la Investigación Periodística
 - 1.1.2.1. Identificación del objeto de estudio
 - 1.1.2.2. Planificación
 - 1.1.2.3. Búsqueda y selección de las fuentes de investigación
 - 1.1.2.4. Redacción
 - 1.1.2.5. Publicación
 - 1.1.3. Derecho a la información pública
 - 1.1.4. Transparencia y gobierno abierto
 - 1.1.5. *Open data* y *big data*
 - 1.1.6. Normativa del Periodismo de Investigación
 - 1.1.7. Legislación, ética y participación ciudadana
- 1.2. Las fuentes secundarias de la Información
 - 1.2.1. ¿Qué son las fuentes secundarias?
 - 1.2.2. Fiabilidad de las fuentes
 - 1.2.3. Fuentes españolas
 - 1.2.4. Fuentes europeas
 - 1.2.5. Fuentes latinoamericanas
 - 1.2.6. Otras fuentes internacionales
- 1.3. Periodismo de precisión
 - 1.3.1. Principios del Periodismo de precisión
 - 1.3.2. Transparencia y libertad de acceso a la información
 - 1.3.3. Acceso informático a bases de datos en la investigación periodística
 - 1.3.4. Conflictos pragmáticos entre libertad de acceso a la información e intimidad
 - 1.3.5. Técnicas sociológicas del Periodismo de precisión
- 1.4. Periodismo cívico
 - 1.4.1. ¿Qué es el Periodismo Cívico?
 - 1.4.2. Diferencia entre Periodismo cívico y “Periodismo de los ciudadanos”
 - 1.4.3. Ejemplos de Periodismo Cívico
 - 1.4.4. Limitaciones y riesgos reales del Periodismo Cívico
- 1.5. Periodismo de datos. Estadística para este tipo de Periodismo
 - 1.5.1. Conceptos estadísticos básicos para Periodismo
 - 1.5.2. Medidas de tendencia central
 - 1.5.3. Medidas de dispersión
 - 1.5.4. Gráficos
- 1.6. Narración digital en Periodismo
 - 1.6.1. El Periodismo en la era digital
 - 1.6.2. Escribir en Internet. Nuevos perfiles profesionales
 - 1.6.3. Escritura en pantalla
 - 1.6.4. Redes sociales
 - 1.6.5. Cibercultura y ciberdemocracia
 - 1.6.5.1. Transformación del entorno mediático
 - 1.6.6. Géneros ciberperiodísticos
 - 1.6.6.1. Hipertexto
 - 1.6.6.2. Sonido
 - 1.6.6.3. Vídeo
 - 1.6.6.4. Fotografía
 - 1.6.6.5. HTML
 - 1.6.7. Nuevos modelos de negocio de la comunicación en el entorno digital
- 1.7. Periodismo y redes sociales
 - 1.7.1. Historia de las redes Sociales
 - 1.7.2. Impacto de las redes Sociales en la actividad periodística tradicional
 - 1.7.3. El Periodismo en las redes Sociales
 - 1.7.4. Verificación de contenido en redes Sociales
 - 1.7.5. Principales redes Sociales

- 1.8. Nuevas tendencias del Periodismo en el ámbito de los contenidos
 - 1.8.1. Más redes Sociales
 - 1.8.2. Predominio de la fotografía y el vídeo
 - 1.8.3. Especialización
 - 1.8.4. *Fake news* y cómo afrontarlas
 - 1.8.5. Comercialización de los contenidos digitales
 - 1.9. Perfiles periodísticos emergentes
 - 1.9.1. Reporterismo multimedia
 - 1.9.2. Periodismo inmersivo/360 grados
 - 1.9.3. *Engagement* en medios de comunicación
 - 1.9.4. *Big data* y Periodismo de datos
 - 1.9.5. Futuros perfiles periodísticos emergentes
 - 1.10. Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia dentro de la sociedad red
 - 1.10.1. Sociedad red y transformación digital
 - 1.10.2. Estrategias para las nuevas estructuras organizativas
 - 1.10.3. Complejidad y evolución organizativa
 - 1.10.4. La empresa multimedia
 - 1.10.5. La importancia del contenido multimedia
 - 1.10.6. Aplicaciones multimedia en la empresa
-
- Módulo 2. Metodología de la Investigación**
- 2.1. Nociones básicas sobre investigación: la ciencia y el método científico
 - 2.1.1. Definición del método científico
 - 2.1.2. Método analítico
 - 2.1.3. Método sintético
 - 2.1.4. Método inductivo
 - 2.1.5. El pensamiento cartesiano
 - 2.1.6. Las reglas del método cartesiano
 - 2.1.7. La duda metódica
 - 2.1.8. El primer principio cartesiano
 - 2.1.9. Los procedimientos de inducción según J. Mill Stuart
 - 2.2. El proceso general de la investigación: enfoque cuantitativo y cualitativo
 - 2.2.1. Presupuestos epistemológicos
 - 2.2.2. Aproximación a la realidad y al objeto de estudio
 - 2.2.3. Relación sujeto-objeto
 - 2.2.4. Objetividad
 - 2.2.5. Procesos metodológicos
 - 2.2.6. La integración de métodos
 - 2.3. Paradigmas de investigación y métodos derivados de ellos
 - 2.3.1. ¿Cómo surgen las ideas de investigación?
 - 2.3.2. ¿Qué investigar en educación?
 - 2.3.3. Planteamiento del problema de investigación
 - 2.3.4. Antecedentes, justificación y objetivos de la investigación
 - 2.3.5. Fundamentación teórica
 - 2.3.6. Hipótesis, variables y definición de conceptos operativos
 - 2.3.7. Selección del diseño de investigación
 - 2.3.8. El muestreo en estudios cuantitativos y cualitativos
 - 2.4. Proceso y etapas de la investigación cuantitativa
 - 2.4.1. Fase 1: fase conceptual
 - 2.4.2. Fase 2: fase de planificación y diseño
 - 2.4.3. Fase 3: fase empírica
 - 2.4.4. Fase 4: fase analítica
 - 2.4.5. Fase 5: fase de difusión
 - 2.5. Tipos de investigación cuantitativa
 - 2.5.1. Investigación histórica
 - 2.5.2. Investigación correlacional
 - 2.5.3. Estudio de caso
 - 2.5.4. Investigación *ex post facto* sobre hechos cumplidos
 - 2.5.5. Investigación cuasi-experimental
 - 2.5.6. Investigación experimental
 - 2.6. Proceso y etapas de la investigación cualitativa
 - 2.6.1. Fase 1: fase preparatoria
 - 2.6.2. Fase 2: fase de campo
 - 2.6.3. Fase 3: fase analítica
 - 2.6.4. Fase 4: fase informativa

- 2.7. Tipos de investigación cualitativa
 - 2.7.1. La etnografía
 - 2.7.2. La teoría fundamentada
 - 2.7.3. La fenomenología
 - 2.7.4. El método biográfico y la historia de vida
 - 2.7.5. El estudio de casos
 - 2.7.6. El análisis de contenido
 - 2.7.7. El examen del discurso
 - 2.7.8. La investigación de acción participativa
- 2.8. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cuantitativos
 - 2.8.1. La entrevista estructurada
 - 2.8.2. El cuestionario estructurado
 - 2.8.3. Observación sistemática
 - 2.8.4. Escalas de actitud
 - 2.8.5. Estadísticas
 - 2.8.6. Fuentes secundarias de información
- 2.9. Técnicas e instrumentos para la recogida de datos cualitativos
 - 2.9.1. Entrevista no estructurada
 - 2.9.2. Entrevista en profundidad
 - 2.9.3. Grupos focales
 - 2.9.4. Observación simple, no regulada y participativa
 - 2.9.5. Historias de vida
 - 2.9.6. Diarios
 - 2.9.7. Análisis de contenidos
 - 2.9.8. El método etnográfico
- 2.10. Control de calidad de los datos
 - 2.10.1. Requisitos de un instrumento de medición
 - 2.10.2. Procesamiento y análisis de datos cuantitativos
 - 2.10.2.1. Validación de datos cuantitativos
 - 2.10.2.2. Estadística para el análisis de datos
 - 2.10.2.3. Estadística descriptiva
 - 2.10.2.4. Estadística inferencial

- 2.10.3. Procesamiento y análisis de datos cualitativos
 - 2.10.3.1. Reducción y categorización
 - 2.10.3.2. Clarificar, sintetizar y comparar
 - 2.10.3.3. Programas para el análisis cualitativo de datos textuales

Módulo 3. Periodismo de datos. Una aproximación al Periodismo de Investigación a través de los datos

- 3.1. Periodismo de Datos I. Fuentes de investigación y procesamiento de datos
 - 3.1.1. Introducción al Periodismo de Datos
 - 3.1.2. Fuentes oficiales de datos
 - 3.1.2.1. Fuentes oficiales de datos a escala nacional
 - 3.1.2.2. Fuentes oficiales de datos a escala internacional
 - 3.1.3. Fuentes extraoficiales de datos
 - 3.1.4. Formatos de Periodismo de Datos I
 - 3.1.4.1. Internet
 - 3.1.4.2. Prensa, Televisión y radio
- 3.2. Periodismo de Datos II. Herramientas digitales para la presentación de los datos
 - 3.2.1. Estado de la cuestión
 - 3.2.2. Tratamiento de datos
 - 3.2.3. Visualización de datos
 - 3.2.3.1. Visualización de datos tabulados
 - 3.2.3.2. Visualización de relaciones
 - 3.2.3.3. Visualización de mapas
 - 3.2.3.4. Visualización de Java Script
- 3.3. Metodología y técnicas de Investigación en Periodismo
 - 3.3.1. Metodología de la investigación en Ciencias Sociales
 - 3.3.1.1. El carácter empírico de la investigación social
 - 3.3.1.2. El método científico en Ciencias Sociales
 - 3.3.1.3. La investigación científica
 - 3.3.1.4. La elección del objeto de la investigación



- 3.3.2. Etapas del proceso de investigación
 - 3.3.2.1. Identificación, delimitación, definición, descripción y explicación del problema
 - 3.3.2.2. Formulación de objetivos y preguntas de investigación
 - 3.3.2.3. Revisión de literatura
 - 3.3.2.3.1. Antecedentes
 - 3.3.2.3.2. Conceptos
 - 3.3.2.3.3. Teorías
 - 3.3.2.4. Planificación del diseño de investigación
 - 3.3.2.4.1. Selección de la muestra
 - 3.3.2.4.2. Tipo de estudio
 - 3.3.2.4.3. Procedimiento
 - 3.3.2.4.4. Recogida de información
 - 3.3.2.5. Ejecución analítica de la investigación
 - 3.3.2.5.1. Obtención de datos
 - 3.3.2.5.2. Presentación de datos
 - 3.3.2.5.3. Análisis de datos
 - 3.3.2.5.4. Conclusiones
 - 3.3.2.6. Redacción del informe de investigación
- 3.4. Técnicas de investigación cuantitativa
 - 3.4.1. ¿Qué es la investigación cuantitativa?
 - 3.4.2. Características
 - 3.4.3. Herramientas de investigación
 - 3.4.4. Recopilación de datos
- 3.5. Técnicas de investigación cualitativa
 - 3.5.1. ¿Qué es la investigación cualitativa?
 - 3.5.2. Características
 - 3.5.3. Herramienta de investigación
 - 3.5.4. Recopilación de datos
- 3.6. La encuesta
 - 3.6.1. ¿Qué es la encuesta?
 - 3.6.2. Características
 - 3.6.3. Tipos
 - 3.6.4. Aplicaciones

- 3.7. El cuestionario
 - 3.7.1. ¿Qué es el cuestionario?
 - 3.7.2. Características
 - 3.7.3. Tipos
 - 3.7.4. Aplicaciones
- 3.8. Entrevista en profundidad
 - 3.8.1. ¿Qué es la entrevista en profundidad?
 - 3.8.2. Características
 - 3.8.3. Tipos
 - 3.8.4. Aplicaciones
- 3.9. *Focus group*
 - 3.9.1. ¿Qué es el *Focus group*?
 - 3.9.2. Características
 - 3.9.3. Tipos
 - 3.9.4. Guion de preguntas
 - 3.9.5. Aplicaciones
- 3.10. Observación participante
 - 3.10.1. ¿Qué es la observación participante?
 - 3.10.2. Características
 - 3.10.3. Tipos
 - 3.10.4. Aplicaciones
- 4.3. Nuevas tendencias de la escritura
 - 4.3.1. Responsabilidad social y ética del Periodismo
 - 4.3.2. Análisis semántico, pragmático y semiótico de textos
 - 4.3.3. Nuevos marcos teóricos de la comunicación en la era de Internet
 - 4.3.4. Nuevos paradigmas teóricos-metodológicos
- 4.4. La Investigación en el Periodismo
 - 4.4.1. Diseño de la investigación
 - 4.4.2. Construcción del marco teórico
 - 4.4.3. Construcción del marco analítico
 - 4.4.4. Escritura científica
- 4.5. El análisis del discurso como técnica de Investigación en Periodismo
 - 4.5.1. Sistemática
 - 4.5.2. Observación
 - 4.5.3. Registro de fenómenos culturales y socio-comunicativos
 - 4.5.4. Carácter conversacional
 - 4.5.5. Descripción de la producción, emisión e interpretación de discursos sociales
- 4.6. Redacción informativa
 - 4.6.1. Nuevas disciplinas en redacción digital
 - 4.6.2. Criterios de escritura
 - 4.6.3. Diseño de contenidos
 - 4.6.4. Nuevas tendencias narrativas
- 4.7. Redacción de informes de investigación
 - 4.7.1. Fuentes científicas de investigación
 - 4.7.2. Bases de datos
 - 4.7.3. Recursos electrónicos
 - 4.7.4. Citas y referencias
- 4.8. Lenguaje audiovisual
 - 4.8.1. Concepto de imagen
 - 4.8.2. Concepto de sonido
 - 4.8.3. Normas básicas de lenguaje audiovisual
 - 4.8.4. Elementos del lenguaje audiovisual

Módulo 4. Componente narrativo y discursivo en Periodismo de Investigación

- 4.1. Narrativa periodística. Teoría y análisis
 - 4.1.1. Periodismo de calidad
 - 4.1.2. Periodismo y responsabilidad social
 - 4.1.3. Influencia de la narrativa periodística en el entorno social
 - 4.1.4. Contexto comunicativo y discursivo del Periodismo
- 4.2. Discurso, texto y comunicación
 - 4.2.1. Tipos y organización del discurso
 - 4.2.2. Tipos de texto
 - 4.2.3. Comunicación en Internet
 - 4.2.4. Comunicación audiovisual

- 4.9. Narrativa audiovisual
 - 4.9.1. Estructura del informativo de Televisión
 - 4.9.2. Realización de programas informativos
 - 4.9.3. Estilos de narración informativa
 - 4.9.4. Narración informativa en la sociedad digital
- 4.10. El Periodismo de Investigación desde una perspectiva del cambio cultural
 - 4.10.1. Teorías y métodos para el estudio del cambio cultural
 - 4.10.2. Archivos, fuentes y escritura para atajar los problemas del estudio del cambio cultural
 - 4.10.3. Análisis del cambio cultural
 - 4.10.4. Aspectos/componentes del cambio cultural en lo que respecta al Periodismo de Investigación

Módulo 5. Investigación en medios digitales

- 5.1. El método científico y sus técnicas
 - 5.1.1. Introducción
 - 5.1.2. El método científico y sus técnicas
 - 5.1.3. Método científico y técnicas metodológicas
 - 5.1.4. Diseño y fases de una investigación
 - 5.1.5. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
 - 5.1.6. Enfoques y perspectivas en una investigación
 - 5.1.7. Normas éticas y deontológicas
- 5.2. Metodología I
 - 5.2.1. Introducción
 - 5.2.2. Los aspectos medibles: el método cuantitativo
 - 5.2.3. Las técnicas cuantitativas
 - 5.2.4. Tipos de encuesta
 - 5.2.5. La preparación del cuestionario y la exposición de resultados
- 5.3. Metodología II
 - 5.3.1. Introducción
 - 5.3.2. Los aspectos medibles: el método cualitativo
 - 5.3.3. Las técnicas cualitativas
 - 5.3.4. Las entrevistas individuales y su tipología

- 5.3.5. La entrevista en grupo y sus variables: grupos de discusión o *focus groups*
- 5.3.6. Otras técnicas conversacionales: Philips 66, *brainstorming*, Delphi, núcleos de intervención participativa, árbol de problemas y soluciones
- 5.3.7. La investigación-acción participativa
- 5.4. Metodología III
 - 5.4.1. Introducción
 - 5.4.2. Desvelar los comportamientos y las interacciones comunicativas: la observación y sus variantes
 - 5.4.3. La observación como método científico
 - 5.4.4. El procedimiento: la planificación de una observación sistemática
 - 5.4.5. Diferentes modalidades de observación
 - 5.4.6. La observación online: etnografía virtual
- 5.5. Metodología IV
 - 5.5.1. Introducción
 - 5.5.2. Desvelar el contenido de los mensajes: análisis de contenido y de discurso
 - 5.5.3. Introducción al análisis de contenido cuantitativo
 - 5.5.4. La selección de la muestra y el diseño de las categorías
 - 5.5.5. El procesamiento de los datos
 - 5.5.6. El análisis crítico del discurso
 - 5.5.7. Otras técnicas para el análisis de los textos mediáticos
- 5.6. Técnicas de recogida de datos digitales
 - 5.6.1. Introducción
 - 5.6.2. Conocer las reacciones: experimentar en comunicación
 - 5.6.3. Introducción a los experimentos
 - 5.6.4. ¿Qué es un experimento en comunicación?
 - 5.6.5. La experimentación y sus tipologías
 - 5.6.6. El diseño práctico del experimento
- 5.7. Técnicas de organización de datos digitales
 - 5.7.1. Introducción
 - 5.7.2. La información digital
 - 5.7.3. Problemáticas y propuestas metodológicas
 - 5.7.4. La prensa online: características y aproximación a su análisis

- 5.8. Servicios instrumentales participativos
 - 5.8.1. Introducción
 - 5.8.2. Internet como objeto de estudio: criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de sus contenidos
 - 5.8.3. Internet como objeto de estudio
 - 5.8.4. Criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de los contenidos en Internet
- 5.9. Calidad de internet como fuente: estrategias de validación y confirmación
 - 5.9.1. Introducción
 - 5.9.2. Investigación sobre Internet y las plataformas digitales
 - 5.9.3. Búsquedas y exploración en el entorno online
 - 5.9.4. Aproximación a la investigación de los formatos digitales: los blogs
 - 5.9.5. Aproximación a métodos de investigación de las redes sociales
 - 5.9.6. La investigación de los hipervínculos
- 5.10. Difusión de la actividad investigadora
 - 5.10.1. Introducción
 - 5.10.2. Tendencias de investigación en comunicación
 - 5.10.3. Introducción al panorama contemporáneo de la investigación en comunicación
 - 5.10.4. La readaptación de los objetos clásicos de la investigación comunicacional
 - 5.10.5. La aparición de los objetos clásicos de la investigación
 - 5.10.6. Hacia la interdisciplinariedad y la hibridación metodológica

Módulo 6. El Reportaje de Televisión

- 6.1. La industria televisiva. Una aproximación estructural
 - 6.1.1. Características principales de la industria televisiva
 - 6.1.2. Normativa legal del sector
 - 6.1.3. Generación de contenidos. Producción, distribución y emisión
 - 6.1.4. Estudio general de medios
 - 6.1.5. Modelos de negocio
- 6.2. Marco regulativo del reportaje de Televisión
 - 6.2.1. Ley general audiovisual
 - 6.2.2. Propiedad intelectual y derecho de autor
 - 6.2.3. Limitaciones al derecho de autor
 - 6.2.4. Régimen jurídico en periodismo
- 6.3. Características del reportaje de Televisión
 - 6.3.1. Género. El reportaje
 - 6.3.2. Tipología y clasificación
 - 6.3.3. Componentes
 - 6.3.3.1. Imágenes
 - 6.3.3.2. Voz en off
 - 6.3.3.3. Entrevistas
 - 6.3.3.4. Sonido ambiente
 - 6.3.3.5. Música
 - 6.3.4. Factores claves de éxito del reportaje televisivo
- 6.4. Requisitos del reportaje
 - 6.4.1. Atribución
 - 6.4.2. Verificación
 - 6.4.3. Balance
 - 6.4.4. Imparcialidad
 - 6.4.5. Concisión
 - 6.4.6. Claridad
 - 6.4.7. Interés humano
- 6.5. Estructura del reportaje
 - 6.5.1. Entrada
 - 6.5.2.1. Enfoque
 - 6.5.2.2. Investigación
 - 6.5.2.3. Capacidad selectiva del periodista
 - 6.5.2.4. Dominio de la estructura del reportaje
 - 6.5.3. Cierre
- 6.6. Criterios del reportaje
 - 6.6.1. Impacto
 - 6.6.2. Oportunidad
 - 6.6.3. Preeminencia

- 6.6.4. Proximidad
- 6.6.5. Conflicto
- 6.6.6. Rareza
- 6.6.7. Exclusividad
- 6.7. Componente humano del reportaje
 - 6.7.1. Utilización de temas de interés general
 - 6.7.2. Consulta de voces. Apelación a personas y nombres familiares
 - 6.7.3. El reportaje no admite editorializar
 - 6.7.4. ¿Qué nos aporta el reportaje de Televisión?
- 6.8. Recursos en el reportaje
 - 6.8.1. Documentación de datos
 - 6.8.2. Imágenes del evento
 - 6.8.3. Declaraciones de testigos
 - 6.8.4. *Background* de la noticia
 - 6.8.5. Datos obtenidos de fuentes primarias
 - 6.8.6. Datos obtenidos de fuentes secundarias
 - 6.8.7. Opiniones de expertos
- 6.9. Nuevas tendencias del reportaje de Televisión
 - 6.9.1. Auge del entretenimiento basado en hechos
 - 6.9.2. Espectacularización de la información
 - 6.9.3. Entretenimiento, evasión y espectacularización de la información. El infoentretenimiento
 - 6.9.4. Estructuras comunicativas. El reportaje de Televisión como ente comunicador en el proceso de producción de mensajes informativos
- 6.10. Deontología profesional. Reportaje y ética periodística
 - 6.10.1. Deontología profesional y conducta ética en la profesión
 - 6.10.2. Ética y responsabilidad comunicativa
 - 6.10.3. Autorregulación de la profesión del periodista
 - 6.10.4. Responsabilidad social de la información en clave del reportaje de Televisión

Módulo 7. Periodismo Televisivo

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

- 7.7. Programas especializados según contenidos
 - 7.7.1. Introducción
 - 7.7.2. Periodismo especializado
 - 7.7.3. Programas especializados
 - 7.8. La realización televisiva
 - 7.8.1. Introducción
 - 7.8.2. La realización televisiva
 - 7.8.3. Preproducción
 - 7.8.4. Rodaje
 - 7.8.5. Control de realización
 - 7.9. Tratamiento de la información en directo y en diferido
 - 7.9.1. Introducción
 - 7.9.2. Tratamiento de la información en directo
 - 7.9.3. Tratamiento de la información en diferido
 - 7.10. Técnicas de edición
 - 7.10.1. Introducción
 - 7.10.2. Técnicas de edición en Televisión
 - 7.10.3. Tipos de edición
- Módulo 8. Producción de Reportajes en Televisión**
- 8.1. La producción en Televisión
 - 8.1.1. Concepto
 - 8.1.2. Contexto
 - 8.1.3. Herramientas
 - 8.1.4. Proceso
 - 8.2. Funciones/roles de la producción en Televisión
 - 8.2.1. Productor ejecutivo
 - 8.2.2. Diseñador audiovisual
 - 8.2.3. Asesor de contenido
 - 8.2.4. Pedagogo
 - 8.2.5. Guionista
 - 8.2.6. Productor
 - 8.2.7. Asistente de producción
 - 8.2.8. Director de cámaras o realizador
 - 8.2.9. Asistente de dirección o realización
 - 8.2.10. Director de escena
 - 8.2.11. Continuista o *Raccord*
 - 8.2.12. *Floor manager*
 - 8.3. Técnicas de investigación en el reportaje de Televisión
 - 8.3.1. Guion del reportaje de Televisión
 - 8.3.2. Marco regulatorio de las técnicas de investigación del reportaje
 - 8.3.3. Cámara oculta
 - 8.3.4. Montaje
 - 8.3.5. Resultado final
 - 8.4. Fuentes de investigación para reportajes de Televisión
 - 8.4.1. Tipos de fuentes de investigación
 - 8.4.2. Tratamiento de fuentes
 - 8.4.3. Periodismo audiovisual y fuentes de información
 - 8.4.4. El reportaje televisivo en la investigación periodística
 - 8.5. Fases en la elaboración de un reportaje de Televisión
 - 8.5.1. Fase de preproducción
 - 8.5.1.1. Plantilla de preproducción
 - 8.5.1.2. Previsión de gastos
 - 8.5.1.3. Gestiones previas a la producción
 - 8.5.2. Fase de producción
 - 8.5.2.1. Guion definitivo
 - 8.5.2.2. Justificación del enfoque del reportaje
 - 8.5.2.3. Justificación de la estructura del reportaje
 - 8.5.2.4. Justificación de las fuentes seleccionadas
 - 8.5.2.5. Memoria presupuestaria
 - 8.5.2.6. Responsabilidades de los miembros del equipo
 - 8.5.3. Fase de posproducción
 - 8.5.4. Plan de promoción/emisión

- 8.6. Guion del reportaje de Televisión
 - 8.6.1. Objetivos
 - 8.6.2. Temas
 - 8.6.3. Actualidad
 - 8.6.4. Características de un guion
 - 8.6.4.1. Objetividad
 - 8.6.4.2. Creatividad
 - 8.6.4.3. Originalidad
 - 8.6.4.4. Entretenimiento
 - 8.6.4.5. Audiencia
- 8.7. El equipo de producción
 - 8.7.1. ¿Qué se quiere producir?
 - 8.7.2. Medios necesarios para iniciar el proyecto
 - 8.7.3. Organización de medios
 - 8.7.4. Presupuesto del plan de trabajo
 - 8.7.5. Realización del trabajo, ¿cómo se está llevando a cabo?
 - 8.7.6. Valoración de una orientación frente al mercado
- 8.8. Grabación, edición y posproducción del reportaje
 - 8.8.1. Toma de imágenes
 - 8.8.2. Iluminación
 - 8.8.3. Edición y montaje del reportaje
 - 8.8.4. Realización
 - 8.8.5. Producción del reportaje
- 8.9. Reproducción de reportajes de Televisión
 - 8.9.1. Diseño
 - 8.9.2. Gestión
 - 8.9.3. Permisos de rodaje
 - 8.9.4. Localizaciones
 - 8.9.5. Acreditaciones
 - 8.9.6. Contactos con entrevistados
 - 8.9.7. Búsqueda de documentación
 - 8.9.8. El redactor y sus necesidades logísticas
 - 8.9.9. Equipo de grabación
 - 8.9.10. Gestión de alojamientos
 - 8.9.11. Transportes
 - 8.9.12. Desplazamientos
- 8.10. La entrevista televisiva, herramienta esencial para el reportaje de Televisión
 - 8.10.1. ¿Qué es la entrevista televisiva?
 - 8.10.2. Características
 - 8.10.3. Factores que intervienen en el proceso de comunicación en Televisión
 - 8.10.3.1. La apariencia personal
 - 8.10.3.2. Lo que decimos (el mensaje)
 - 8.10.3.3. Cómo se transmite el mensaje
 - 8.10.3.4. La locución
 - 8.10.4. Herramientas
 - 8.10.4.1. Argumentario
 - 8.10.4.2. Mensajes, ideas claves
 - 8.10.4.3. Lianas
 - 8.10.4.4. Preguntas y respuestas
 - 8.10.4.5. Las 3 "R"

Módulo 9. Reportero de Televisión

- 9.1. Redacción periodística
 - 9.1.1. El reportero. Características
 - 9.1.2. Estructura jerárquica y recursos de la redacción en prensa
 - 9.1.3. Convergencia informativa en grupos multimedia
 - 9.1.4. El nuevo Periodismo
- 9.2. Cámara, edición y montaje
 - 9.2.1. Conocimiento del manejo de la cámara
 - 9.2.2. Edición y montaje del reportaje
 - 9.2.3. Proceso secuencial de la información
 - 9.2.4. Técnicas narrativas de imagen y técnicas narrativas textuales

- 9.3. Técnicas de presentación y expresión frente a la cámara. El directo en Televisión
 - 9.3.1. Técnicas de expresión frente a la cámara
 - 9.3.2. Técnicas de control del aire y de las pausas
 - 9.3.3. El ritmo
 - 9.3.4. La vocalización
 - 9.3.5. La modulación de la voz
 - 9.3.6. Técnicas de respiración
- 9.4. Presentación
 - 9.4.1. Eficacia en la comunicación
 - 9.4.2. Dominio del lenguaje y la expresión corporal
 - 9.4.3. Coordinación entre la lectura del texto y el lenguaje corporal
 - 9.4.4. Lenguaje conciso, sencillo y breve
 - 9.4.5. Empatía
 - 9.4.6. Ensayos
- 9.5. Locución
 - 9.5.1. Lectura de textos
 - 9.5.2. Prácticas de articulación
 - 9.5.3. Prácticas de dicción
 - 9.5.4. Respiración
 - 9.5.5. Énfasis
 - 9.5.6. Lectura en voz alta
 - 9.5.7. Técnica de voz en *off*
 - 9.5.8. Lectura con estilo propio
 - 9.5.9. Locuciones en vivo
 - 9.5.10. Intención
 - 9.5.11. Naturalidad
- 9.6. Reporterismo televisivo. Preproducción, producción y realización
 - 9.6.1. Praxis del reportero de Televisión
 - 9.6.2. Búsqueda de documentación para el reportaje
 - 9.6.3. Necesidades técnicas y humanas en el proceso de creación del reportaje
 - 9.6.4. Narrativa periodística audiovisual para lo que se va a decir en directo o en *off*
 - 9.6.5. Realización del reportaje

- 9.7. Fotorreporterismo y su tipología
 - 9.7.1. El fotorreportaje
 - 9.7.2. Fotografía informativa
 - 9.7.3. Fotografía testimonial
 - 9.7.4. Ensayo
 - 9.7.5. Foto ilustración
- 9.8. Ética y deontología en el reportero de Televisión
 - 9.8.1. Respeto a la verdad
 - 9.8.2. Verificación y contrastación de fuentes
 - 9.8.3. Investigación veraz y crítica de los hechos
 - 9.8.4. Objetividad como principal meta a perseguir
- 9.9. Taller de cámara, edición y montaje
 - 9.9.1. Toma de imágenes e iluminación
 - 9.9.2. Montaje del reportaje
 - 9.9.3. El directo
 - 9.9.4. La realización
- 9.10. Taller de reportaje
 - 9.10.1. Pautas para la elección del tema
 - 9.10.2. Enfoque
 - 9.10.3. La rigurosidad del trabajo con fuentes
 - 9.10.4. Verificación de la información
 - 9.10.5. La importancia en la selección de la información

Módulo 10. Tendencias de la Televisión del futuro

- 10.1. Predominancia del contenido
 - 10.1.1. Actuaciones de la industria multimedia
 - 10.1.2. Televisión por Internet
 - 10.1.3. Servicios de transmisión en directo
 - 10.1.4. Proveedores de publicidad en Internet
- 10.2. Modelos de monetización
 - 10.2.1. Ralentización de los servicios tradicionales de *streaming*
 - 10.2.2. Oportunidades de expansión
 - 10.2.3. Mercados extranjeros
 - 10.2.4. Licencia de contenidos

- 10.3. El consumidor de contenidos
 - 10.3.1. La audiencia ha sido sustituida por consumidores
 - 10.3.2. Contenidos originales
 - 10.3.3. Mercado competitivo
 - 10.3.4. Motores de recomendación, hiperpersonalización y edición de contenidos
- 10.4. La Televisión ligada a la ingeniería digital
 - 10.4.1. Programación
 - 10.4.2. Innovación
 - 10.4.3. Servicios digitales
 - 10.4.4. Plataformas para el consumo de contenidos
- 10.5. *Big Data* y una audiencia cambiante
 - 10.5.1. Hábitos de visualización
 - 10.5.2. Dificultades de retención de la audiencia
 - 10.5.3. Visualización multidispositivo
 - 10.5.4. Sistemas CRM
- 10.6. Televisión predictiva
 - 10.6.1. Estadísticas de modelización
 - 10.6.2. Minería de datos
 - 10.6.3. Consumo reactivo de contenidos
 - 10.6.4. Atracción de productos audiovisuales
- 10.7. El Periodismo dron
 - 10.7.1. ¿Nuevo género periodístico?
 - 10.7.2. Repaso histórico del fenómeno dron
 - 10.7.3. Drones e informativos
- 10.8. El Periodismo dron ligado al Periodismo de Investigación o Fotoperiodismo
 - 10.8.1. El Periodismo de las cosas
 - 10.8.2. La Televisión en todas partes
 - 10.8.3. Nuevas plataformas para ver Televisión
 - 10.8.4. Cambio estructural en el modelo de la Televisión
 - 10.8.5. Nuevas tendencias en los enfoques, interacción e inmersión
- 10.9. Periodistas *influencers*
 - 10.9.1. *Instastars, youtubers, vloggers*
 - 10.9.2. Estrategia en Redes Sociales
 - 10.9.3. Agencias y marcas
 - 10.9.4. Relación entre *influencer* y Televisión
- 10.10. El futuro de la Televisión en Internet
 - 10.10.1. Una Televisión de calidad en Internet
 - 10.10.2. Vídeos de larga duración
 - 10.10.3. Redes de banda ancha y móvil
 - 10.10.4. 4G y 5G



Potencia la calidad de tu discurso y mejora tu locución con las claves que te brinda este Máster Título Propio para alcanzar un nivel profesional excepcional”

04

Objetivos docentes

Investigar a fondo, analizar los hechos y contarlos con impacto requiere más que talento, exige técnica y rigor. Por ello, este programa académico proporcionará las herramientas esenciales para contrastar fuentes, analizar datos y producir reportajes de alto nivel. A través de un enfoque innovador, los alumnos perfeccionarán sus habilidades en Periodismo audiovisual y digital, fortaleciendo su capacidad para informar con profundidad y credibilidad. De esta manera, estarán preparados para afrontar los retos del Periodismo actual con solidez y criterio profesional.





“

Impulsa tu carrera periodística y accede a medios audiovisuales, agencias de producción digital y realizadores web que requieren de profesionales expertos en esta área de las comunicaciones”



Objetivos generales

- ♦ Dominar las técnicas y metodologías del Periodismo de Investigación, aplicando un enfoque riguroso para la búsqueda, análisis y verificación de información relevante
- ♦ Desarrollar habilidades avanzadas para la verificación de fuentes y la contrastación de datos, asegurando la precisión y credibilidad de los reportajes
- ♦ Aplicar el Periodismo de Datos en la investigación periodística, utilizando herramientas digitales para analizar y visualizar información de manera efectiva
- ♦ Perfeccionar la construcción del discurso narrativo en reportajes de investigación, garantizando una estructura clara, persuasiva y basada en hechos verificables
- ♦ Analizar las estrategias de investigación en medios digitales y redes sociales, aprovechando su potencial para el rastreo de información y la identificación de tendencias
- ♦ Explorar el uso de herramientas tecnológicas avanzadas para la recopilación y contraste de información, incluyendo inteligencia artificial y análisis de *big data*
- ♦ Comprender el impacto de la ética y la deontología en la investigación periodística, asegurando un ejercicio profesional responsable y alineado con los principios del periodismo
- ♦ Aprender a estructurar y presentar un reportaje audiovisual de alto impacto, combinando técnicas narrativas, visuales y sonoras para captar la atención del público
- ♦ Conocer los procesos de producción y edición en el Reportero en televisión, optimizando la creación de contenidos informativos de calidad para plataformas audiovisuales
- ♦ Desarrollar una visión crítica y analítica para abordar investigaciones complejas, identificando patrones ocultos, conexiones relevantes y posibles enfoques innovadores





Objetivos específicos

Módulo 1. Introducción al Periodismo de Investigación

- ♦ Estudiar el concepto de Periodismo de Investigación, así como hacerle descubrir todo aspecto relacionado con el proceso de investigación periodística
- ♦ Conocer la normativa del Periodismo de Investigación, así como la legislación y la ética que conciernen a este tipo de periodismo
- ♦ Aproximar al alumno a las fuentes de investigación, indicándole su clasificación y profundizando en la fiabilidad de estas a la hora de comenzar una investigación
- ♦ Adentrar al alumno en el Periodismo de precisión, el Periodismo cívico y otras modalidades de profesionalismo periodístico, teniendo en cuenta la transparencia y libertad de acceso a la información

Módulo 2. Metodología de la Investigación

- ♦ Analizar los principales enfoques y métodos aplicados en la Investigación Periodística
- ♦ Aplicar técnicas de recopilación, verificación y análisis de información en distintos contextos
- ♦ Identificar las fases del proceso investigativo y su impacto en la elaboración de reportajes
- ♦ Utilizar herramientas digitales para optimizar la búsqueda y contrastación de datos

Módulo 3. Periodismo de datos. Una aproximación al Periodismo de Investigación a través de los datos

- ♦ Acercar al alumno sobre un nuevo concepto de Periodismo, el Periodismo de Datos, atendiendo principalmente a las fuentes de investigación y al tratamiento de los datos obtenidos para el estudio
- ♦ Mostrar al alumno la metodología y técnicas de investigación en Periodismo, teniendo en cuenta el carácter empírico de toda investigación social, así como las diferentes etapas que ha de tener todo el proceso de investigación
- ♦ Conocer las principales técnicas de investigación cuantitativa para Periodismo, así como las cualitativas, aprendiendo cuál es su función y cuáles son los principales tipos en ambas técnicas
- ♦ Estudiar la encuesta como una de las principales técnicas de investigación cuantitativa para las Ciencias Sociales y para el Periodismo, más concretamente conocer sus características y aplicaciones

Módulo 4. Componente narrativo y discursivo en Periodismo de Investigación

- ♦ Acercar al alumno a las prácticas de la Narrativa Periodística, así como hacer una reseña sobre el concepto de la calidad en la profesión, la responsabilidad social que entraña la misma y la influencia de este tipo de narrativa
- ♦ Mostrar el carácter discursivo y textual con el que ha de contar toda narración comunicativa, atendiendo a los tipos de texto y a los diferentes tipos de Comunicación
- ♦ Mencionar las nuevas tendencias de la escritura, atendiendo a los nuevos paradigmas teóricos
- ♦ Resaltar la importancia del análisis del discurso como técnica de investigación en Periodismo

Módulo 5. Investigación en medios digitales

- ♦ Explorar las estrategias de investigación en entornos digitales y redes sociales para la recopilación de información relevante
- ♦ Identificar fuentes confiables y detectar la desinformación en medios digitales mediante técnicas de verificación avanzadas
- ♦ Aplicar herramientas tecnológicas especializadas para el rastreo, análisis y contrastación de datos en la web
- ♦ Evaluar el impacto de las plataformas digitales en la difusión y consumo de noticias, considerando su alcance y algoritmos
- ♦ Analizar el papel del periodismo de investigación en el ecosistema digital y su relación con la inmediatez informativa
- ♦ Desarrollar habilidades para la protección de datos y la seguridad digital en la labor periodística

Módulo 6. El Reportaje de Televisión

- ♦ Contextualizar la industria televisiva y conocer sus características principales, así como la normativa del sector, haciendo un repaso del estudio general de medios
- ♦ Conocer la ley general audiovisual, la propiedad intelectual y el derecho de autor en un contexto jurídico de la profesión del periodismo, atendiendo al marco regulativo del reportaje en Televisión
- ♦ Estudiar el reportaje en profundidad, las características de este género, así como su tipología y clasificación
- ♦ Entender la atribución, la verificación, la imparcialidad, la concisión y el interés humano como algunos de los principales requisitos del reportaje

Módulo 7. Periodismo Televisivo

- ♦ Dominar las técnicas de producción y edición para la creación de reportajes televisivos de alto impacto
- ♦ Aplicar estrategias narrativas efectivas para estructurar noticias y reportajes en formato audiovisual
- ♦ Perfeccionar la expresión oral y corporal para una Comunicación clara y persuasiva frente a la cámara
- ♦ Analizar el papel de la iluminación, el sonido y la puesta en escena en la calidad del contenido televisivo
- ♦ Explorar el uso de nuevas tecnologías en la producción periodística para Televisión, incluyendo herramientas digitales y gráficos en pantalla
- ♦ Evaluar el impacto de la Televisión en la Opinión Pública y su rol en la difusión de información verificada

Módulo 8. Producción de Reportajes en Televisión

- ♦ Asesorar al alumno en el proceso de producción en Televisión
- ♦ Mostrar los roles de la producción en Televisión
- ♦ Conocer las técnicas de investigación para realizar reportajes en Televisión
- ♦ Especificar las fuentes de investigación necesarias con las que ha de contar un periodista a la hora de realizar un reportaje

Módulo 9. Reportерismo de Televisión

- ♦ Ahondar en las principales características con las que debe contar la redacción periodística, atendiendo a los recursos de la redacción en prensa
- ♦ Conocer el manejo de la cámara y la edición del reportaje
- ♦ Practicar las técnicas de presentación y expresión frente a la cámara
- ♦ Entender las técnicas de locución
- ♦ Estudiar las pautas en preproducción, producción y realización en el mundo del reportерismo, entendiendo las necesidades técnicas y humanas en el proceso de creación del reportaje
- ♦ Descubrir el concepto de fotorreporterismo y la importancia de la fotografía en el reportaje televisivo

Módulo 10. Tendencias de la Televisión del futuro

- ♦ Mostrar la notable presencia que muestran los contenidos en las nuevas tendencias que presenta la Televisión
- ♦ Comprender el proceso de transición que han experimentado los contenidos y la suplantación que ha tenido la audiencia por los consumidores de contenidos, sobre los cuales se hará hincapié
- ♦ Entender la vinculación de la Televisión con el campo de la ingeniería digital
- ♦ Estudiar el concepto de *big data* y comprender el profundo proceso de cambio que experimentan las audiencias en el mundo televisivo

05

Salidas profesionales

El Periodismo de Investigación y el Reportero Televisivo requieren profesionales con habilidades avanzadas para analizar, contrastar y narrar la información con rigor. Este programa ofrece las herramientas necesarias para desempeñarse en Medios Audiovisuales, Agencias de Noticias y Plataformas Digitales. Además, permite especializarse en la producción de reportajes de alto impacto y en el uso de nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación. Con un enfoque actualizado y práctico, abre el camino hacia una carrera en constante evolución, donde la credibilidad y la profundidad informativa marcan la diferencia.





“

Ocupa cargos especializados en investigación, producción y ejecución de programas multimedia enfocados en formatos audiovisuales”

Perfil del egresado

Ser un periodista capaz de investigar con profundidad y comunicar con impacto requiere preparación y estrategia. Por esta razón, este programa universitario forma profesionales con habilidades avanzadas para analizar, contrastar y narrar la información con rigor. Al finalizar el programa, el egresado será un experto en la creación de reportajes televisivos y digitales, aplicando metodologías innovadoras y herramientas tecnológicas. Además, desarrollará una visión crítica y analítica para abordar temas complejos con credibilidad, posicionándose como un referente en el sector y respondiendo a las exigencias de un mercado en constante evolución.

Podrás emprender como consultor o asesor multimedia freelance, poniendo tus servicios a la orden de empresas, agencias e instituciones que así lo requieran.

- ♦ **Razonamiento lógico y toma de decisiones:** aplicando un enfoque estructurado para analizar información y seleccionar los datos más relevantes
- ♦ **Competencia en gestión de la información:** desarrollando habilidades para organizar, filtrar y sintetizar grandes volúmenes de datos de manera eficaz
- ♦ **Resiliencia y capacidad de adaptación:** enfrentando los cambios y desafíos del periodismo con flexibilidad y estrategias innovadoras
- ♦ **Liderazgo y autonomía profesional:** fortaleciendo la capacidad de dirigir proyectos de investigación periodística con iniciativa y criterio propio





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

- 1. Periodista de Investigación:** Especialista en la recopilación, análisis y verificación de información para desarrollar reportajes en profundidad sobre temas de interés público.
- 2. Reportero de Televisión:** Profesional encargado de cubrir noticias, realizar entrevistas y presentar informes audiovisuales en medios televisivos.
- 3. Analista de Datos Periodísticos:** Experto en interpretar y visualizar datos para respaldar investigaciones y generar contenido informativo basado en cifras y tendencias.
- 4. Editor de Contenidos Audiovisuales:** Responsable de la supervisión, estructuración y edición de reportajes y documentales para su difusión en plataformas digitales y Televisión.
- 5. Corresponsal Internacional:** Periodista que cubre noticias desde distintas partes del mundo, brindando información en tiempo real sobre eventos globales.
- 6. Director de Documentales Periodísticos:** Profesional que lidera la producción de documentales de investigación sobre temas sociales, políticos o económicos.
- 7. Redactor Especializado en Investigación:** Especialista en la elaboración de artículos y reportajes basados en análisis profundo y fuentes verificadas.
- 8. Consultor en Comunicación y Medios:** Asesor de estrategias comunicativas para organizaciones, enfocado en la credibilidad y gestión de la información.
- 9. Verificador de Información:** Profesional dedicado a la detección y desmentido de noticias falsas, garantizando la precisión de la información publicada.
- 10. Productor de Noticias:** Responsable de la planificación y coordinación de la cobertura informativa en Televisión, asegurando contenidos de calidad y relevancia.

06

Metodología de estudio

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

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



“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

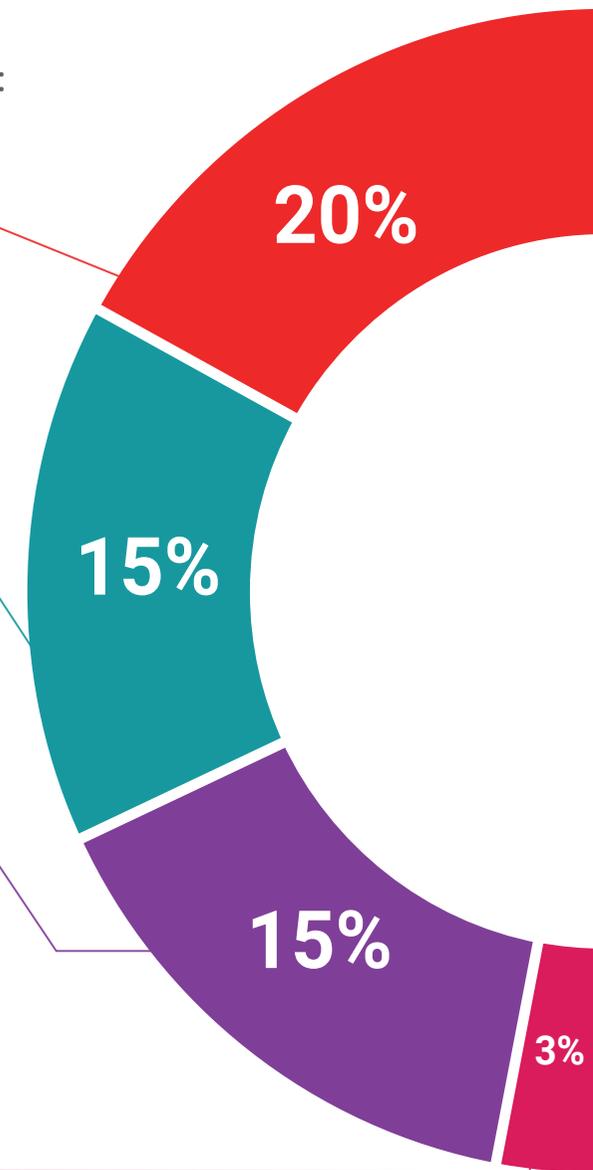
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

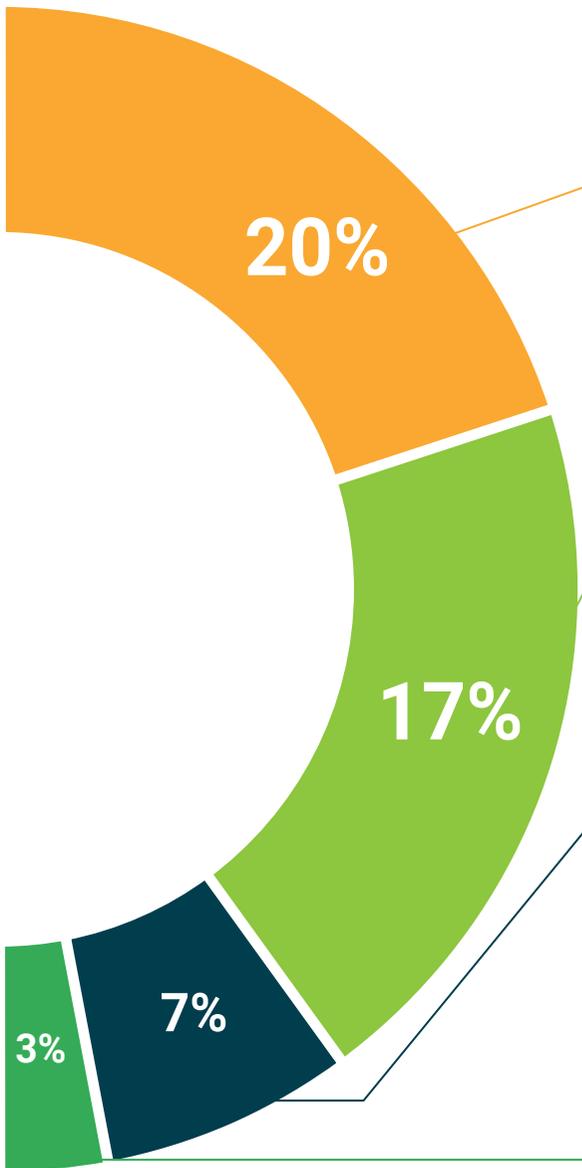
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Case Studies

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.



07

Cuadro docente

Este programa universitario cuenta con un cuadro docente de alto nivel, integrado por reconocidos periodistas, investigadores y expertos en medios audiovisuales. Su amplia experiencia en el sector permite ofrecer una perspectiva actualizada y práctica, basada en el ejercicio real de la profesión. Además, su conocimiento en técnicas avanzadas de investigación y reportaje televisivo enriquece cada módulo con estrategias efectivas y casos reales. Gracias a su visión especializada, se garantiza una enseñanza rigurosa y adaptada a las tendencias del periodismo, asegurando que cada contenido refleje las exigencias y desafíos de la industria informativa actual.



“

Aprende de un equipo docente experto en investigación y Periodismo Audiovisual, que te acompañará en cada paso hacia el logro de tus metas profesionales”

Director Invitado Internacional

Stephen Livesey es un destacado profesional de los medios de comunicación, con una sobresaliente carrera en el sector de la radiodifusión y el periodismo televisivo. De hecho, ha ocupado el puesto de Director en Sky, una de las principales empresas de medios en Gran Bretaña. Así, su experiencia ha abarcado áreas clave, como la televisión abierta, la edición de contenidos y los nuevos medios, centrándose en la investigación periodística y el reporterismo.

Asimismo, a lo largo de su carrera, ha ocupado diversos cargos en Sky, lo que le ha permitido perfeccionar su habilidad para liderar equipos y manejar proyectos complejos en el entorno mediático. Reconocido a nivel internacional, ha sido una figura influyente en la radiodifusión, obteniendo elogios por su liderazgo en la transformación de Sky hacia nuevas tecnologías y estrategias de contenido. A su vez, su capacidad para integrar medios tradicionales con modelos tecnológicos novedosos le ha valido varios reconocimientos en la industria. Bajo su dirección, la empresa ha fortalecido su posición como referente en la producción de contenidos de alta calidad, consolidando su relevancia en el competitivo mundo de la radiodifusión.

Igualmente, ha contribuido activamente al campo académico, participando en conferencias, paneles y publicaciones relacionadas con el Periodismo y los medios de comunicación. A todo lo anterior hay que sumarle que ha ayudado a impulsar la excelencia periodística y a preparar a una nueva generación de profesionales comprometidos con el rigor y la ética en la comunicación.

Cabe destacar que ha obtenido una licenciatura en Historia por la Universidad de Nottingham, capacitación que ha influido en su capacidad para analizar contextos globales y sociales, esenciales para su trabajo en Periodismo. Y es que su comprensión profunda de la Historia y la Cultura ha complementado su enfoque crítico en la producción y presentación de contenidos periodísticos.



D. Livesey, Stephen

- Director en Sky, Londres, Inglaterra
- Director de Televisión en Sky
- Productor Asociado en Sky
- Productor Asistente en Sky
- Asistente Editorial en Sky
- Asistente de Promociones en The History Channel
- Licenciado en Historia por la Universidad de Nottingham

“

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

08

Titulación

El Máster Título Propio en Investigación Periodística y Reportero en Televisión garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster en Investigación Periodística y Reporteismo en Televisión** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (**boletín oficial**). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de TECH Global University, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Máster Título Propio en Investigación Periodística y Reporteismo en Televisión**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**

tech global university

D/Dña _____ con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Máster Título Propio en Investigación Periodística y Reporteismo en Televisión

Se trata de un título propio de 1.800 horas de duración equivalente a 60 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024


 Dr. Pedro Navarro Illana
 Rector

código único TECH: APWOR235 techinstitute.com/titulos

Máster Título Propio en Investigación Periodística y Reporteismo en Televisión

Distribución General del Plan de Estudios		Distribución General del Plan de Estudios			
Tipo de materia	Créditos ECTS	Curso	Materia	ECTS	Carácter
Obligatoria (OB)	60	1º	Introducción al Periodismo de Investigación	6	OB
Optativa (OP)	0	1º	Metodología de la Investigación	6	OB
Prácticas Externas (PR)	0	1º	Periodismo de datos. Una aproximación al Periodismo de Investigación a través de los datos	6	OB
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0	1º	Componente narrativo y discursivo en Periodismo de Investigación	6	OB
Total 60		1º	Investigación en medios digitales	6	OB
		1º	El Reportaje de Televisión	6	OB
		1º	Periodismo Televisivo	6	OB
		1º	Producción de Reportajes en Televisión	6	OB
		1º	Reporteismo de Televisión	6	OB
		1º	Tendencias de la Televisión del futuro	6	OB


 Dr. Pedro Navarro Illana
 Rector

tech global university

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



Máster Título Propio Investigación Periodística y Reportерismo en Televisión

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

Investigación Periodística
y Reportero en Televisión