

Máster Título Propio

Periodismo Económico

Aval/Membresía



Society of Professional
Journalists

A background image showing a man with a beard looking intently at a screen displaying financial charts and data. The image is partially obscured by a diagonal white line and a colorful geometric pattern in the top right corner.

tech global
university



Máster Título Propio Periodismo Económico

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

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/master/master-periodismo-economico

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. 22

05

Salidas profesionales

pág. 28

06

Metodología de estudio

pág. 32

07

Cuadro docente

pág. 42

08

Titulación

pág. 50

01

Presentación del programa

En un mundo donde la economía global ha demostrado una resiliencia notable frente a desafíos sin precedentes, como la pandemia y la crisis energética derivada de conflictos geopolíticos, la demanda de información económica precisa y accesible nunca ha sido tan crucial. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, aunque la inflación ha sido controlada y se anticipa un crecimiento global del 3,2%, persisten desafíos significativos que requieren una comunicación económica efectiva. En respuesta a esta necesidad, TECH ha desarrollado un programa universitario integral que equipa a los profesionales con las herramientas necesarias para analizar y comunicar datos económicos con rigor y claridad, formando periodistas capaces de interpretar la compleja realidad financiera.



oxígeno»
ectos

prestado a los diferentes países de la UE, que al final fueron 60.000 millones.

P ¿Qué hará ahora?

R Si se nos pide que aumentemos de nuevo la capacidad de préstamos y obtenemos capital suficiente estamos dispuestos a mantener las aportaciones.

P El BEI ha sido una herramienta clave para impulsar el crecimiento de las diferentes regiones y dinamizar las inversiones en I+D, educación u otros sectores. ¿Acuden las instituciones públicas, empresas y universidades a las puertas en estas áreas? ¿Los que la han abierto? ¿El grifo de...

R Si...

inde una actividad constante a pesar de todo. Es el principal receptor de los fondos de financiación antes y a pesar de la crisis tenemos confianza en que las medidas anunciadas den sus frutos. La posición de nuestra economía en la Unión Europea es el comercio de...

P ¿H...

co...



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

En un mundo donde la economía influye en cada aspecto de la sociedad, la demanda de información rigurosa y accesible ha crecido exponencialmente. De hecho, los cambios en los mercados, las políticas financieras y los indicadores económicos impactan directamente en la vida de millones de personas, lo que convierte al Periodismo Económico en una disciplina esencial dentro de los medios de comunicación. Así, contar con profesionales capaces de analizar, interpretar y comunicar estos datos con claridad es fundamental para ofrecer información veraz y relevante.

Por lo tanto, este Máster Título Propio en Periodismo Económico proporciona las herramientas necesarias para especializarse en esta área, desarrollando competencias clave en análisis financiero, comunicación de datos y contextualización de la información económica. También, la capacidad de interpretar informes, traducir cifras complejas en contenido comprensible y explicar tendencias globales con precisión son habilidades esenciales para quienes desean destacar en este campo.

Posteriormente, este programa universitario destaca por su modalidad 100% online, sin clases presenciales ni horarios fijos, lo que garantiza una capacitación flexible y adaptada a cualquier ritmo. A su vez, la totalidad del contenido está disponible desde el primer día, permitiendo un acceso inmediato a los materiales, que pueden descargarse desde cualquier dispositivo con conexión a internet. Gracias a este enfoque innovador, se ofrece una preparación integral y actualizada, alineada con las exigencias del periodismo digital y la creciente necesidad de información económica precisa en un mundo en constante transformación.

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.

Este **Máster Título Propio en Periodismo Económico** 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
- ♦ 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



*Dominarás el lenguaje económico
y te convertirás en la fuente clave
de información financiera”*

“

Este novedoso programa universitario te permitirá capacitarte desde cualquier lugar y dispositivo con conexión a internet”

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.

Interpretarás datos complejos y tradúcelos en información clara y comprensible, desarrollando una visión crítica para analizar la economía.

Investigarás, contrastarás fuentes y contextualizarás datos financieros. Todo gracias a la innovadora modalidad de TECH.



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

Profesorado
TOP
Internacional

La mayor universidad digital del mundo

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

La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

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

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

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

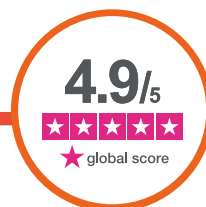
Líderes en empleabilidad

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



Google Partner Premier

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



La universidad mejor valorada por sus alumnos

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



03

Plan de estudios

Este programa universitario, analizará de manera profunda la actualidad económica. Para interpretar y comunicar esta información con claridad, precisión y rigor, el plan de estudios combinará técnicas avanzadas de redacción, análisis crítico y narrativas periodísticas. A través de un enfoque práctico y actualizado, se explorarán las dinámicas del Periodismo financiero, el impacto de la economía en la sociedad y el uso estratégico de fuentes y formatos digitales. De este modo, se garantizará el desarrollo de habilidades clave en los profesionales para informar con profundidad y credibilidad en un sector en constante evolución.



“

*Comunicarás con precisión
dominando la redacción, el análisis
económico y las estrategias digitales”*

Módulo 1. Periodismo Económico

- 1.1. Panorama actual del Periodismo Económico
 - 1.1.1. Condicionantes estructurales
 - 1.1.2. Rutinas laborales
 - 1.1.3. Entorno tecnológico
- 1.2. Conceptos importantes de Periodismo Económico
 - 1.2.1. ¿Qué es el Periodismo especializado?
 - 1.2.2. Ramas del Periodismo especializado
 - 1.2.3. El Periodismo Económico
- 1.3. Origen de la especialización periodística. El Periodismo Económico
 - 1.3.1. Saturación mediática de la información generalista
 - 1.3.2. Crisis de lectores de la prensa escrita
 - 1.3.3. Fragmentación de la audiencia de masas
- 1.4. Aparición de publicaciones especializadas
 - 1.4.1. Perspectiva histórica
 - 1.4.2. Principales cabeceras
 - 1.4.3. Incorporación de los especialistas a las redacciones generalistas
- 1.5. Nuevas funciones de los medios de comunicación tradicionales
 - 1.5.1. La información de calidad
 - 1.5.2. Los medios de referencia
 - 1.5.3. *Slow Journalism*
- 1.6. Capacidad de la información periodística para transmitir el conocimiento especializado
- 1.7. Niveles de especialización en la prensa económica
 - 1.7.1. Periodismo Económico en publicaciones generalistas
 - 1.7.2. Prensa especializada
 - 1.7.3. Periodismo Económico en radio y televisión
- 1.8. El ejercicio del Periodismo Económico
 - 1.8.1. Principales géneros periodísticos
 - 1.8.2. Publicaciones de referencia en Periodismo Económico en el mundo
 - 1.8.3. Publicaciones de referencia en Periodismo Económico en España



- 1.9. Dificultades de comunicación entre periodistas y especialistas. Cambio de roles en la relación con las fuentes de información
 - 1.9.1. Tipología de las fuentes de información
 - 1.9.2. Fuentes primarias para el Periodismo Económico
 - 1.9.3. La relación con los gabinetes de comunicación
- 1.10. Perspectivas de futuro del Periodismo Económico
 - 1.10.1. El mercado de la información
 - 1.10.2. Necesidad de especialización
 - 1.10.3. Las oportunidades laborales

Módulo 2. El Periodismo Económico en las revistas especializadas

- 2.1. La información económica en revistas especializadas
 - 2.1.1. Boom de la información económica y empresarial: función del Periodismo Económico
 - 2.1.2. ¿Qué son las revistas especializadas: clasificación?
 - 2.1.3. Principales revistas de carácter económico y empresarial en España
- 2.2. Tratamiento de la información económica en una revista especializada
 - 2.2.1. ¿Cuáles son los principales temas de interés?
 - 2.2.2. Estructura de la información: reportajes, entrevistas, noticias y tribunas/firmas
 - 2.2.3. Claves en el uso de términos económicos y recursos gráficos
- 2.3. Cómo elaborar una información económica para su difusión en una revista especializada
 - 2.3.1. Reportajes
 - 2.3.2. Entrevistas: preguntas claves
 - 2.3.3. Noticias de mayor impacto
- 2.4. Revista especializada vs. Medios generalistas y digitales
 - 2.4.1. Ventajas e inconvenientes en el tratamiento de la información
 - 2.4.2. Claves para la supervivencia del papel en la era digital
 - 2.4.3. Fidelización y captación de nuevos lectores
- 2.5. Fuentes principales del Periodismo Económico
 - 2.5.1. Administraciones públicas
 - 2.5.2. Cámaras de comercio
 - 2.5.3. Empresas y asociaciones

- 2.6. Sectores económicos en la prensa especializada
 - 2.6.1. Sector primario
 - 2.6.2. Industria
 - 2.6.3. Servicios
- 2.7. Relación de las empresas con las revistas especializadas de economía
 - 2.7.1. Por qué las empresas necesitan comunicar
 - 2.7.2. Ventajas de la comunicación empresarial
 - 2.7.3. ¿Qué tipo de información les interesa comunicar a las empresas?
- 2.8. Cómo afectan los distintos ciclos económicos a las revistas especializadas de economía
 - 2.8.1. Impacto en la publicidad
 - 2.8.2. Impacto en la información
 - 2.8.3. Recursos para sobrevivir en épocas de crisis
- 2.9. Cómo funciona la revista especializada en Periodismo Económico
 - 2.9.1. Staff y funciones de la plantilla
 - 2.9.2. Perfil del medio y público objetivo
 - 2.9.3. Temas de interés
- 2.10. Actividades complementarias y *Networking*
 - 2.10.1. Premios
 - 2.10.2. Mesas de redacción y jornadas
 - 2.10.3. Monográficos

Módulo 3. Periodismo Económico en los medios audiovisuales

- 3.1. La información económica en los diferentes medios audiovisuales
 - 3.1.1. La información económica en televisión, radio e Internet
 - 3.1.2. Formatos y claves en el uso del lenguaje
 - 3.1.3. Qué noticias económicas son de interés
 - 3.1.4. Bibliografía y "webgrafía"
- 3.2. La información económica en televisión: el informativo
 - 3.2.1. Noticias en los informativos
 - 3.2.2. Directos en los informativos
 - 3.2.3. Bibliografía y "webgrafía"

- 3.3. La información económica en televisión: el magacín
 - 3.3.1. Reportajes en el programa magacín
 - 3.3.2. Directos en el programa magacín
 - 3.3.3. Directo
 - 3.3.4. Directo con entrevista
 - 3.3.5. Bibliografía y “webgrafía”
- 3.4. Otros formatos para informar sobre economía en televisión
 - 3.4.1. Reportaje en profundidad
 - 3.4.2. Colas
 - 3.4.3. Colas + total
 - 3.4.4. Batería de totales
 - 3.4.5. Bibliografía y “webgrafía”
- 3.5. Presencia de la información económica en radio
 - 3.5.1. Medios y programas de referencia
 - 3.5.2. Cómo se elabora la pieza sobre información económica para la radio
 - 3.5.3. La importancia de una correcta locución
 - 3.5.4. Bibliografía y “webgrafía”
- 3.6. El Periodismo Económico en internet
 - 3.6.1. Portales financieros y diarios digitales especializados
 - 3.6.2. La redacción de la noticia económica en un medio online
 - 3.6.3. Bibliografía y “webgrafía”
- 3.7. El Periodismo Económico al servicio de las empresas
 - 3.7.1. El Marketing de contenidos y las páginas especializadas
 - 3.7.2. El caso de Infoautónomos
 - 3.7.3. La información económica y el *Branded Content: Webinars y e-Books*
 - 3.7.4. Bibliografía y “webgrafía”
- 3.8. La redacción de la información económica según SEO
 - 3.8.1. La importancia de las *Keywords*
 - 3.8.2. Herramientas que te harán la vida más fácil
 - 3.8.3. Bibliografía y “webgrafía”

- 3.9. El turismo como motor de la información económica I
 - 3.9.1. Datos y cifras que demuestran su estrecha vinculación
 - 3.9.2. Qué datos del sector llegan a los medios audiovisuales
 - 3.9.3. Cómo se transmite la información económica que procede del sector turístico
 - 3.9.4. Bibliografía y “webgrafía”
- 3.10. El turismo como motor de la información económica II
 - 3.10.1. El monumento de La Alhambra como generador de información económica
 - 3.10.2. Sierra Nevada y sus cifras
 - 3.10.3. Bibliografía y “webgrafía”

Módulo 4. El Periodismo Económico en un periódico local

- 4.1. Economía en un medio local
 - 4.1.1. ¿Qué información económica interesa en un periódico local?
 - 4.1.2. El problema del interés: ser preciso y ser accesible
 - 4.1.3. ¿Qué peso tiene la información económica en un periódico local?
- 4.2. El periodista de economía en un medio local
 - 4.2.1. ¿Quién se encarga de elaborar la información económica?
 - 4.2.2. Las ventajas del periodista local en el campo de la economía
 - 4.2.3. Las amenazas del periodista local
- 4.3. El Periodismo local en las crisis
 - 4.3.1. ¿Qué consideramos una crisis y cómo condiciona la información?
 - 4.3.2. La crisis económica de 2008
 - 4.3.3. La COVID-19 y su difusión
- 4.4. Los eventos locales y la economía
 - 4.4.1. La economía para medir el éxito de un evento
 - 4.4.2. Carnaval de Cádiz como ejemplo de economía de fiestas
 - 4.4.3. La Motorada, cuando la economía supera al evento
- 4.5. Los conflictos laborales y repercusión mediática en prensa económica
 - 4.5.1. Las movilizaciones obreras
 - 4.5.2. Los despidos
 - 4.5.3. La posición del periodista

- 4.6. Relación del periodista con las empresas
 - 4.6.1. Anunciantes y 'contra-anunciantes'
 - 4.6.2. Interés de la empresa contra el interés del lector
 - 4.6.3. Los gabinetes vuelven a condicionar
- 4.7. Grandes empresas y su reflejo en la sección de prensa económica
 - 4.7.1. ¿Qué hace grande a una empresa?
 - 4.7.2. Navantia, histórica del sector
 - 4.7.3. Airbus, la esperanza
- 4.8. Interlocutores económicos en el Periodismo local
 - 4.8.1. Empresarios
 - 4.8.2. Sindicatos
 - 4.8.3. Políticos
- 4.9. El paro. Información vs. Propaganda
 - 4.9.1. Cifras e historias en la prensa local
 - 4.9.2. La importancia del contexto
 - 4.9.3. La información contra la propaganda
- 4.10. La Economía en un periódico fuera del periódico
 - 4.10.1. Los suplementos como alternativa
 - 4.10.2. Los eventos
 - 4.10.3. Estar en un periódico sin aparecer

Módulo 5. El Periodismo Económico en medios extranjeros

- 5.1. Información económica en medios extranjeros
 - 5.1.1. ¿Qué información económica interesa al extranjero?
 - 5.1.2. ¿Qué peso tiene la información económica extranjera?
 - 5.1.3. La importancia de la conexión con la economía local
- 5.2. El corresponsal y el Periodismo Económico extranjero
 - 5.2.1. El trabajo de corresponsal en el ámbito económico
 - 5.2.1.1. Las agencias de noticias
 - 5.2.1.2. Los retos del corresponsal en el ámbito económico
- 5.3. La necesidad del contexto para la elaboración de noticias económicas extranjeras
 - 5.3.1. Nivel de vida y mercado laboral
 - 5.3.2. Los datos económicos de referencia
 - 5.3.3. España en Europa

- 5.4. La evolución del Periodismo Económico en los medios extranjeros desde el 2000
 - 5.4.1. El "milagro" económico
 - 5.4.1.1. La crisis económica
 - 5.4.1.2. El COVID-19
- 5.5. Las grandes empresas y presencia mediática en las noticias económicas extranjeras
 - 5.5.1. Las empresas españolas más seguidas
 - 5.5.1.1. Las empresas francesas presentes en España
 - 5.5.1.2. El *Startup Hub* de Barcelona
- 5.6. La búsqueda de nuevos modelos y difusión en medios extranjeros
 - 5.6.1. España, modelo de innovación
 - 5.6.2. El turismo, motor económico de España
 - 5.6.3. La importancia de la familia, amortiguador de las crisis
- 5.7. Cuando la economía explica lo político. Difusión en medios extranjeros
 - 5.7.1. La crisis económica y su lectura política
 - 5.7.2. El sistema territorial español y los poderes de las CCAA
 - 5.7.3. El conflicto catalán
- 5.8. Los fallos del sistema e influencia mediática en prensa extranjera
 - 5.8.1. La economía sumergida
 - 5.8.2. Corrupción y puertas giratorias
 - 5.8.3. El caso de los retrasos de las ayudas durante la crisis del COVID-19
- 5.9. Los interlocutores como fuentes informativas del Periodismo Económico
 - 5.9.1. Administraciones
 - 5.9.2. Empresas
 - 5.9.3. Sindicatos
- 5.10. Las herramientas en la información económica para medios extranjeros
 - 5.10.1. La red de contactos
 - 5.10.2. La información económica nacional y local
 - 5.10.3. La vida cotidiana

Módulo 6. Periodismo de Económico y notariado

- 6.1. La actividad notarial como garantía de seguridad jurídica y económica
 - 6.1.1. El notariado como servicio público y garante de la legalidad en el tráfico jurídico extrajudicial
 - 6.1.2. Fe pública y seguridad jurídica preventiva en los trámites económicos
 - 6.1.3. Prevención contra el blanqueo de capitales y lucha contra el fraude fiscal con el Órgano Centralizado de Prevención del Blanqueo del Notariado
- 6.2. Día a día en el gabinete de prensa de un Colegio Notarial. Tratamiento y difusión de la información económica
 - 6.2.1. Introducción y organización
 - 6.2.2. Elaboración y gestión de contenidos
 - 6.2.3. Tratamiento y difusión de la información económica
- 6.3. La importancia de las nuevas tecnologías en el notariado en la sección de economía
 - 6.3.1. Nuevo portal digital del ciudadano y firma electrónica
 - 6.3.2. Departamento de social media y uso profesional de las redes sociales
 - 6.3.3. Mantenimiento de contenidos de la página web
- 6.4. Relación con la prensa. Noticias de notariado en la sección de economía
 - 6.4.1. Notas de prensa, ruedas de prensa y gestión de entrevistas en medios
 - 6.4.2. Noticias del notariado en la sección de economía
 - 6.4.3. Información en medios de comunicación especializados en economía
- 6.5. Datos notariales que interesan en las secciones de economía de los Medios de Comunicación (MMC)
 - 6.5.1. Compraventa de inmuebles
 - 6.5.2. Préstamos hipotecarios
 - 6.5.3. Constitución de sociedades
- 6.6. Tratamiento especial a los datos de compraventa de viviendas por parte de extranjeros en la sección de economía
 - 6.6.1. Reportajes sobre la evolución de las compraventas de viviendas por parte de ciudadanos extranjeros
 - 6.6.2. Interés de los Medios de Comunicación (MMC) hacia el *Brexit* y sus consecuencias

- 6.7. La Ley de Contratos de Crédito Inmobiliario. Conceptos clave para el Periodista Económico I
 - 6.7.1. Puntos fundamentales de la Ley 6/2019 de 16 de marzo, de Contratos de Crédito Inmobiliario y libre elección del notario
 - 6.7.2. La protección al consumidor y el papel notarial en la fase precontractual de los préstamos hipotecarios
 - 6.7.3. ¿Cómo ayuda el notario a los ciudadanos en la compra de una vivienda?
- 6.8. El notario en la constitución y evolución de una empresa. Conceptos clave para el Periodista Económico II
 - 6.8.1. El notario ofrece asesoramiento jurídico imparcial y gratuito
 - 6.8.2. Constitución de una sociedad en menos de 24 h
 - 6.8.3. Situaciones empresariales donde es importante la ayuda de un notario
- 6.9. Economía y notariado en congresos y conferencias. La sección de economía I
 - 6.9.1. Contacto directo con Asociaciones de Consumidores para impartir charlas de interés general sobre compraventas, préstamos hipotecarios, herencias, etc.
 - 6.9.2. Colaboración notarial en libros de materia económica y de derecho mercantil, así como en foros y seminarios
 - 6.9.3. Convenios con universidades y colaboración con instituciones
- 6.10. Situaciones de crisis y actividad notarial. La sección de economía II
 - 6.10.1. Gabinete de crisis
 - 6.10.2. El boom urbanístico y la crisis de 2008
 - 6.10.3. La actividad notarial durante el estado de alarma frente al COVID-19

Módulo 7. Periodismo, economía y deporte

- 7.1. Deporte profesional, deporte amateur y deporte electrónico. Un negocio Macroeconómico
 - 7.1.1. El deporte profesional, un negocio macroeconómico. Los fichajes y las comisiones
 - 7.1.2. El interés mediático en el deporte amateur: el caso del fútbol femenino
 - 7.1.3. El fenómeno de los e-Sports
- 7.2. Diferentes modelos de sociedades deportivas. Los imperios deportivos
 - 7.2.1. Las sociedades deportivas. El valor del socio
 - 7.2.2. Las sociedades anónimas deportivas. Los nuevos inversores, la notoriedad social
 - 7.2.3. Las franquicias norteamericanas (NBA, MLB, NFL y NHL) y los 'imperios' deportivos (Red Bull, City Football Group, Pozzo, Duchatelet, etc.)

- 7.3. Deporte como espectáculo de masas y socialización. El deporte en la prensa económica I
 - 7.3.1. Los deportes ya ignoran las fronteras: NBA, fútbol americano (*Superbowl*)
 - 7.3.1.1. Ruptura de horarios: el seguimiento de madrugada (América) abre otra puerta
 - 7.3.2. El fenómeno de los "estadios-museos"
 - 7.3.3. El COVID-19 enfría la industria del deporte
- 7.4. La idolatría vende. El deporte en la prensa económica II
 - 7.4.1. Referentes para consumidores permeables: niños, adolescentes y jóvenes
 - 7.4.2. Héroes sin fronteras: la globalización expande la captación de admiradores
 - 7.4.3. Las estrellas, polos fundamentales en la venta de derechos televisivos
- 7.5. El deporte como pilar de las audiencias televisivas. El deporte en la prensa Económica III
 - 7.5.1. La fuerza del directo, de la emoción y de la masa enardecida
 - 7.5.2. Un señuelo clave para implantar las plataformas de pago
 - 7.5.3. Adiós al carrusel. Horarios extraños para el aficionado local
- 7.6. Los patrocinadores: 'Quid pro quo'
 - 7.6.1. Las casas de apuestas, ese mal necesario para los clubes
 - 7.6.2. El conflicto moral de las casas de apuestas y los medios
 - 7.6.3. Los patrocinadores locales, básicos para la supervivencia del deporte amateur. El compromiso moral del periodista local
- 7.7. Los grandes impactos deportivos en la economía global y en la prensa económica
 - 7.7.1. Juegos Olímpicos y mundiales de fútbol como turbinas económicas. El caso de Barcelona 92
 - 7.7.2. La Liga de Campeones como fuente de riqueza y potenciación turística
 - 7.7.3. Las leyes Bosman y Simutenkov. Paraísos fiscales y particularidades en la tributación fiscal
- 7.8. El seguimiento mediático moldea los nuevos formatos. Rentabilidad económica y prensa
 - 7.8.1. Liga de Campeones, Liga Europea, Copa Libertadores, ¿Superliga europea?
 - 7.8.2. La adaptación de los deportes en búsqueda de la rentabilidad económica. La Copa Davis reinventada
 - 7.8.3. La Nations League y el adiós a los amistosos de selecciones

- 7.9. El 'Clickbait' gira el foco para buscar rentabilidad
 - 7.9.1. Cuando el deporte deja de ser deporte en los medios
 - 7.9.2. El peligro de la sobreexposición en redes sociales
 - 7.9.3. La potencialidad comercial del lado 'humano' del ídolo
- 7.10. La reinversión estilística del Periodismo deportivo para captar audiencias. Repercusión en prensa económica
 - 7.10.1. El receptor resabiado: jugar a ser 'periodistas'
 - 7.10.2. Ex deportistas como focos para atraer audiencia
 - 7.10.3. El nuevo lenguaje deportivo del formato digital

Módulo 8. El Periodismo Económico en banca

- 8.1. El sector ahorro a través de la historia de CECA
 - 8.1.1. Los orígenes en 1928
 - 8.1.2. La época de expansión
 - 8.1.3. La reestructuración del sector
- 8.2. La importancia de la regulación
 - 8.2.1. Por qué un sector regulado
 - 8.2.2. Organismos que nos regulan
 - 8.2.3. Impacto de la regulación en la actividad
- 8.3. Obra social. Nuestra seña de identidad
 - 8.3.1. ¿Qué es y cómo se difunde?
 - 8.3.2. Principales cifras y actores
 - 8.3.3. Acciones destacadas
- 8.4. Educación financiera. Una competencia necesaria en 2021
 - 8.4.1. Importancia de la educación financiera en la sociedad
 - 8.4.2. Principales cifras y actores
 - 8.4.3. Acciones destacadas
- 8.5. Cómo interpretar un balance
 - 8.5.1. Componentes de los estados financieros
 - 8.5.2. Cómo interpretar los datos
 - 8.5.3. Datos agregados del sector

- 8.6. Redes sociales: elemento fundamental para la comunicación digital de una asociación
 - 8.6.1. Estrategias de comunicación de las asociaciones en las redes sociales
 - 8.6.2. Los perfiles de la asociación CECA en las redes sociales
 - 8.6.3. Generar tráfico a la web
- 8.7. Perfiles en redes sociales
 - 8.7.1. Los perfiles de la asociación
 - 8.7.2. Programación de contenidos
 - 8.7.3. Contenidos que mejor funcionan
- 8.8. Emisión de una nota de prensa
 - 8.8.1. Hecho noticiable
 - 8.8.2. Selección de medios y envío de la nota
 - 8.8.3. Medición del impacto
- 8.9. *Briefing* con periodistas: difusión de un informe sectorial
 - 8.9.1. Extracción de mensajes principales
 - 8.9.2. Selección de formato de difusión
 - 8.9.3. Convocatoria a medios
 - 8.9.4. Medición del impacto
- 8.10. Cómo hacer una campaña de contenido patrocinado
 - 8.10.1. Mensajes a trasladar. Importancia de la narrativa
 - 8.10.2. Selección de público objetivo

Módulo 9. El Periodismo Económico y el sector primario. El sector pesquero en la prensa económica

- 9.1. Economía circular y medios de comunicación
 - 9.1.1. Concepto de información económica
 - 9.1.2. Economía circular
 - 9.1.3. Promover la economía circular
- 9.2. La pesca, economía y comunicación en prensa económica
 - 9.2.1. Impacto socioeconómico del sector pesquero
 - 9.2.2. Preocupación social por los recursos naturales
 - 9.2.3. Pesca sostenible
 - 9.2.4. Basura marina
 - 9.2.5. Difusión para la concienciación social
- 9.3. Organizaciones pesqueras y su relación con la prensa económica
 - 9.3.1. Los Grupos de Acción Local del Sector Pesquero (GALP)
 - 9.3.2. La Federación Nacional de Cofradías de Pescadores (FNCP)
 - 9.3.3. Confederación Española de Pesca (CEPESCA)
- 9.4. Federación Nacional de Cofradías de Pescadores (FNCP). Herramientas de difusión en prensa económica
 - 9.4.1. Creación de un gabinete de comunicación
 - 9.4.2. Estrategia informativa
 - 9.4.3. Medios y herramientas de difusión
- 9.5. El sector pesquero en tiempos de pandemia. Difusión en la sección de economía
 - 9.5.1. Sector de primera necesidad
 - 9.5.2. EPI y medidas de seguridad
 - 9.5.3. Impacto mediático
- 9.6. Productos pesqueros y salud. Difusión en la sección de economía
 - 9.6.1. Difusión y promoción de los productos pesqueros
 - 9.6.2. Influencia de las noticias en las tendencias sociales
 - 9.6.3. Proyectos y subvenciones
- 9.7. Noticias del sector pesquero en las revistas especializadas de economía
 - 9.7.1. Introducción
 - 9.7.2. Revista Ruta Pesquera
 - 9.7.3. Revista Mar
- 9.8. Noticias del sector pesquero en la prensa económica
 - 9.8.1. Prensa
 - 9.8.2. Radio
 - 9.8.3. Televisión
- 9.9. Las noticias de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores de España en la prensa económica
 - 9.9.1. Temas informativos
 - 9.9.2. Presencia mediática en la radio y televisión
 - 9.9.3. Impacto en la prensa y prensa digital
- 9.10. Terminología pesquera para periodistas económicos
 - 9.10.1. Lenguaje especializado
 - 9.10.2. Algunos ejemplos de noticias del sector pesquero con terminología especializada
 - 9.10.3. Terminología

Módulo 10. Conceptos y terminología de economía y empresa

- 10.1. Economía general para periodistas económicos I
 - 10.1.1. Macroeconomía
 - 10.1.2. Microeconomía
 - 10.1.3. Economía internacional
- 10.2. Economía y estructura del mercado. Economía general para periodistas económicos II
 - 10.2.1. Compradores y demanda
 - 10.2.2. Vendedores y oferta
 - 10.2.3. Redes y otras estructuras
- 10.3. Organizaciones, empresas y sociedades. Fuentes informativas del Periodismo Económico I
 - 10.3.1. Organización como entidad
 - 10.3.2. Empresa, marca y entorno
 - 10.3.3. Formas jurídicas de las empresas
- 10.4. Otras estructuras organizativas como fuentes informativas para el periodista económico II
 - 10.4.1. Grupos empresariales
 - 10.4.2. Fundaciones
 - 10.4.3. Cadenas de valor
- 10.5. Empresa y estrategia. Conceptos clave en Periodismo Económico I
 - 10.5.1. Planificación y estrategia
 - 10.5.2. Estrategias genéricas y tradicionales
 - 10.5.3. Nuevas estrategias de la empresa
- 10.6. Mercados y finanzas. Conceptos clave en Periodismo Económico II
 - 10.6.1. Mercado bursátil y cotizaciones
 - 10.6.2. Análisis fundamental y análisis técnico
 - 10.6.3. Futuros, opciones y otros derivados financieros
 - 10.6.4. Mercados Financieros Internacionales

- 10.7. Dirección financiera I
 - 10.7.1. Fuentes de financiación
 - 10.7.2. Estructura financiera empresarial
 - 10.7.3. Fincabilidad, solvencia y liquidez
 - 10.7.4. Cobros y pagos
- 10.8. Contabilidad y empresa: contabilidad financiera y los datos informativos II
 - 10.8.1. Plan General de Contabilidad
 - 10.8.2. Estructura contable
 - 10.8.3. Cuadro de cuentas
- 10.9. Contabilidad y empresa: contabilidad interna y la noticia económica III
 - 10.9.1. Contabilidad interna
 - 10.9.2. Cálculo del valor
 - 10.9.3. Gestión de Inventarios
 - 10.9.4. Estructuras de costes
 - 10.9.5. Análisis del punto de equilibrio
- 10.10. Terminología clave para periodistas económicos
 - 10.10.1. Introducción
 - 10.10.2. Confusiones frecuentes
 - 10.10.3. Glosario de términos



Potenciarás tu impacto en el Periodismo Económico mediante un branding digital que atrae, posiciona y genera confianza

04

Objetivos docentes

Este Máster Título Propio tiene como meta principal desarrollar en los profesionales habilidades esenciales en redacción periodística, interpretación de datos y narrativas digitales, permitiendo contextualizar la actualidad con ética y objetividad. Además, potenciarán sus conocimientos en la gestión de fuentes, la verificación de información y el uso de formatos innovadores para la difusión de contenidos. A través de un enfoque práctico y actualizado, se impulsará la creación de historias económicas relevantes, accesibles y de alto impacto en el entorno mediático actual.

“

*Al culminar este programa
universitario de TECH, podrás liderar
con excelencia proyectos de alto
impacto en economía transmedia”*



Objetivos generales

- ♦ Establecer las bases teóricas para comprender la importancia del Periodismo Económico como una de las vertientes principales del periodismo especializado
- ♦ Examinar las características de las revistas especializadas como soporte y vehículo de transmisión de información económica y empresarial
- ♦ Analizar las diferencias a las que debe atender el periodista a la hora de elaborar una información económica atendiendo al medio en el que se vaya a difundir
- ♦ Determinar los condicionantes de las noticias económicas, tanto en la elección temática como en la manera de abordarlas
- ♦ Reconocer cómo la actividad económica del deporte tiene impacto en otros aspectos de la sociedad
- ♦ Identificar los conceptos relevantes dentro de las principales áreas de conocimiento de la economía y la empresa





Objetivos específicos

Módulo 1. Periodismo Económico

- ♦ Aportar las nociones básicas de Periodismo especializado y de Periodismo Económico
- ♦ Comprender la necesidad de la especialización periodística como herramienta de diferenciación del Periodismo en un contexto de infoxicación
- ♦ Desarrollar conceptos fundamentales para la comprensión del Periodismo Económico
- ♦ Conocer la perspectiva histórica para comprender la situación actual y visualizar la perspectiva de futuro del Periodismo Económico

Módulo 2. El Periodismo Económico en las revistas especializadas

- ♦ Identificar las características y funciones del Periodismo Económico en revistas especializadas
- ♦ Reconocer los formatos informativos más utilizados y su estructura en publicaciones económicas
- ♦ Diferenciar el tratamiento de la información económica en revistas especializadas frente a medios generalistas
- ♦ Analizar la relación entre empresas, fuentes informativas y revistas económicas en distintos contextos económicos

Módulo 3. Periodismo Económico en los medios audiovisuales

- ♦ Explorar el tratamiento de la información económica en televisión, radio e internet
- ♦ Identificar los formatos más utilizados en medios audiovisuales para comunicar economía
- ♦ Comprender cómo se adapta el lenguaje económico según el canal y el tipo de audiencia
- ♦ Reconocer el papel del turismo como generador de contenido económico en medios audiovisuales

Módulo 4. Periodismo Económico en un periodismo local

- ♦ Diferenciar entre una noticia objetiva y una información condicionada
- ♦ Mostrar algunas de las rutinas informativas en las noticias económicas
- ♦ Analizar hasta qué punto ha influido la cuantificación del lenguaje económico en el Periodismo local
- ♦ Entender la realidad sobre el periodista de temas económicos muy alejada de la visión que se puede mostrar en películas, series y demás obras de ficción

Módulo 5. Periodismo Económico en medios extranjeros

- ♦ Identificar los intereses y enfoques del Periodismo Económico en medios internacionales
- ♦ Comprender el rol del corresponsal económico y los retos que enfrenta en el extranjero
- ♦ Analizar cómo se contextualiza la información económica en función del país y su realidad
- ♦ Reconocer las principales fuentes y herramientas utilizadas en la cobertura económica internacional

Módulo 6. Periodismo Económico y notariado

- ♦ Comprender la función del notariado como respaldo jurídico en operaciones económicas
- ♦ Explorar el papel del gabinete de prensa en la difusión de información económica vinculada al notariado
- ♦ Identificar los datos notariales de mayor interés para los medios económicos
- ♦ Analizar la contribución del notario en procesos clave como compraventas, préstamos o constitución de empresas

Módulo 7. Periodismo, economía y deporte

- ♦ Analizar las distintas formas de estructuración de las sociedades deportivas y como se constituyen en principales actores de un negocio macroeconómico
- ♦ Examinar la importancia mediática del deporte, así como su repercusión social
- ♦ Considerar y reflexionar los grandes impactos económicos que generan ciertos eventos deportivos
- ♦ Examinar el nuevo Periodismo deportivo y la importancia que tienen las redes sociales en él

Módulo 8. El Periodismo Económico en banca

- ♦ Reconocer la evolución histórica del sector de ahorro en España a través de la CECA
- ♦ Explicar el impacto de la regulación financiera en la actividad bancaria
- ♦ Examinar la función de la obra social y la educación financiera como herramientas de comunicación institucional
- ♦ Desarrollar estrategias de difusión en redes sociales y medios para contenidos económicos del sector bancario

Módulo 9. El Periodismo Económico y el sector primario. El sector pesquero en la prensa económica

- ♦ Analizar la estructura informativa de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores en la Prensa Económica
- ♦ Abordar la estrategia informativa de los gabinetes de prensa del sector pesquero
- ♦ Profundizar sobre el trabajo informativo de un periodista especializado en el sector pesquero
- ♦ Abordar las noticias pesqueras en las revistas especializadas de economía



Módulo 10. Conceptos y terminología de economía y empresa

- ♦ Identificar los conceptos fundamentales de macroeconomía, microeconomía y economía internacional
- ♦ Distinguir las principales estructuras organizativas y jurídicas relevantes para el Periodismo Económico
- ♦ Comprender las nociones básicas de contabilidad financiera y contabilidad interna
- ♦ Utilizar correctamente la terminología clave del ámbito económico y empresarial

“

Utilizarás formatos innovadores para comunicar con precisión e impacto los hechos vinculados a la economía internacional”

05

Salidas profesionales

Esta titulación universitaria en Periodismo Económico abre un sinfín de puertas en un mercado global de alta demanda profesional con visión analítica, redacción precisa y dominio de las nuevas tendencias digitales. De hecho, se adquirirán competencias clave en investigación, verificación de datos y comunicación estratégica, esenciales para medios de comunicación, agencias informativas e instituciones públicas. Además, el manejo de herramientas digitales y la capacidad de interpretar la actualidad económica permitirán acceder a roles en consultoría, comunicación corporativa y análisis mediático, sectores en constante evolución que requieren información clara, confiable y de alto impacto.



EL CORREO
BIZKAIA
Miércoles 03.06.15
Nº 33.545.130E

CORREO ESPAÑOL-EL PUEBLO VASCO. DESDE 1910. www.elcorreo.com

MAROTO SE CASA CON SU PAREJA
El alcalde en funciones de Vitoria contraerá matrimonio con Josema, su compañero desde hace 19 años.
ULTIMA PAGINA

PERIODISTAS: EL OJO CRITICO QUE CONTROLA A LOS PODEROSOS P45

Mayo borra 200 parados al día
La Seguridad Social suma en un mes 7.600 afiliados más en el País Vasco
Los servicios suponen también en Euzkadi la mayor aportación contra el desempleo, un 70% del total

BUENOS VIENTOS
HARACIO MARCO-GARDOLIK P38

PSL Cristina González, Mikel Torres, Iñaki Arriola, Iñaki Mendia, Miguel Ángel Morales y Regala Gil.

PNV Joseba Azkue, Iñaki Arriola, Iñaki Mendia, Miguel Ángel Morales y Regala Gil.

EL REPARTO DEL

elEconómico
MIRIAM LÓPEZ DE HARO
EL DIARIO DE LOS QUE TOMAN DECISIONES

El Ejecutivo prevé aprobar esta misma semana la ley eléctrica por horas para contadores 'inteligentes'

Soria será el 'superministro' para vender mejor la energía
El titular de Industria tiene el apoyo de Cospedal y de los populares

INDUSTRIA CIFRA EN 3.000 MILLONES LAS AYUDAS AL CARBÓN
El Gobierno entra en una guerra de cifras sobre el coste de las ayudas al carbón

dimisión de Soria abre la vía a la reforma del fútbol mundial
Un congreso extraordinario de la FIFA. Admite que su mandato...

La ley prohibirá tomar imágenes de detenidos
El PP aprueba en el Congreso una reforma para evitar las "condenas de telediario"

La Ley de Ejecución Penal obligará a evitar que se tomen imágenes de los detenidos
Se trata de impedir lo que se conoce como "condenas de telediario" o, como explicó el portavoz del PP, Rafael Hernández, que "la justicia se haga en las escaleras de los tribunales". Para ello, el PP aprobó ayer una enmienda a la ley que se tramita en el Congreso y que estará en vigor a final de año.

Los populares pactaron con CDTI el texto, que obliga a "sancionar el respeto a los derechos constitucionales al honor, intimidad e imagen" en el momento de la detención.

EDITORIAL
Hay que reformar la FIFA

HIPÓCRITAS
901 C200
www.elcomercio.es
Y así, la vida...



e Blatter la regeneración ndial

legirá a su sustituto al frente
ndato "no tiene todo el apoyo"

extraordinaria
para elegir a un
alre ahora la
vulgar econo-
mía que rige el
os miembros de
gieron, no pue-
ndato tenga el
to el mundo del

fundar

Página 35

OTECAR NARANJA
S ELEGIDO
BIEN.

901
C2.08
C2.02

ING DIRECT
Presale in Progress

omista.es

DECISIONES JUNIO 2014 Nº 2.054 SEGUNDA EDICIÓN Precio: 1,70€

mana la tarifa
igentes' PÁG. 5

Hacienda ataca a los que
no fueron a la amnistía
Por **Edu Alarcón** PÁG. 4



ministro'
a economía

ocho miembros del Ejecutivo

ha convertido
confianza de Ita-
guarle la misión
económicos a
sidente conta-
l apoyo de la se-

Europa y el FMI
negociarán
como una sola
voz con Grecia

Angela Merkel impulsa
una propuesta común

Una vez más, la canciller alema-
na Angela Merkel rió del carro y
logró que las instituciones euro-
peas y el Fondo Monetario (FMI)
unieran sus voces para presentar
a Grecia una propuesta común
que suena a definitiva. PÁG. 20

Const
y

El empleo se
dispara con
más de 200.000
nuevos afiliados

MANUEL V. GÓMEZ, Madrid
La mejora laboral se acelera. En
mayo la afiliación a la Seguridad
Social creció en 233.035 nuevos
cotizantes y el desempleo cayó
en 117.899 parados. Hay que re-
mentarse hasta 2005 para encon-
trar un dato mejor de afiliación.
Los contratos temporales y el em-
pleo a tiempo parcial siguen
creciendo con fuerza. PÁGINA 39

ADemás



400 desaparecidos en
un naufragio en China

Los equipos de rescate chinos
buscaban ayer a más de 400 des-
aparecidos en el naufragio de un
crucero en el río Yangtsé. PÁG. 26

Primer caso de difteria
en España desde 1987 PÁG. 24

Iberia vuelve a contratar
pilotos 11 años después PÁG. 24

180 fotos para 50 años de
historia latinoamericana PÁG. 27

«HAY QUE DEFENDER LOS VALORES DE EUROPA CON DETERMINACIÓN»

Los Reyes agradecen la «potencia y grandeza» con que Francia
los ha recibido en visita de Estado y recuerdan que «cuando actuamos
en estrecho entendimiento impulsamos mejor el progreso»

[Enlace y páginas 26 y 27]

¿PROBLEMAS DE ERECCIÓN?
Terapia de Ondas
« Estimula la generación
de vasos sanguíneos
en la zona.
« No invasivo e indoloro
¡LLAMA YA! 902 907 688
www.doctor.es

Felipe VI y Doña Letizia,
ayer, cumplimentados
por Hollande en el Élysée

organizaciones locales harán los pactos
jefes del Gobierno y la oposición

Blatter deja
la FIFA
cuatro días
después de
su reelección

El escándalo de los
sobornos agrava el
aislamiento mundial del
mandatario deportivo

Joseph Blatter, el todopoderoso
jefe del fútbol mundial y presiden-
te de la FIFA, lanzó ayer la toalla
como consecuencia del escándalo
de los sobornos. Pese a haber sido
reelegido cuatro días antes, anun-
ció su marcha para cuando se es-
cena sucesos, antes de empezar del
todo. DEPORTES 48 Y EDITORIAL

Salidas profesionales | 29 tech



Te prepararás para interpretar
tendencias y verificar datos, habilidades
esenciales en medios institucionales"

Perfil del egresado

El egresado de este programa universitario se convertirá en un comunicador especializado, capaz de transformar la complejidad económica en información clara, accesible y relevante. Gracias a un enfoque práctico e innovador, desarrollará una mirada analítica, dominará las herramientas digitales y aplicará estrategias de comunicación efectivas para diversos formatos y audiencias. Asimismo, su capacidad para contextualizar datos, verificar fuentes y narrar con precisión lo posicionará como un profesional clave en medios, agencias informativas e instituciones que requieren información económica rigurosa en un mundo en constante evolución.

Te posicionarás como asesor freelance en comunicación, acompañando a empresas en su proyección y crecimiento dentro del entorno financiero actual.

- ♦ **Interpretación de datos financieros:** desglosar informes económicos, identificar tendencias y explicar su impacto en la sociedad
- ♦ **Redacción y divulgación económica:** dominar un lenguaje preciso y accesible para transformar información compleja en noticias comprensibles
- ♦ **Uso estratégico de fuentes:** contrastar datos, validar estadísticas y garantizar la credibilidad en la cobertura económica
- ♦ **Adaptación a los nuevos formatos periodísticos:** manejar herramientas digitales y narrativas multimedia para la difusión de contenido económico en medios digitales y tradicionales





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

- 1. Periodista económico:** encargado de investigar, analizar y redactar noticias sobre mercados, políticas financieras y economía global para medios impresos, digitales y audiovisuales.
- 2. Editor de economía:** responsable de supervisar y estructurar contenidos económicos en medios de comunicación, asegurando precisión, claridad y relevancia informativa.
- 3. Analista de medios financieros:** dedicado a la interpretación de tendencias económicas y el impacto de eventos financieros, elaborando informes para medios, agencias y organismos públicos.
- 4. Redactor en agencias de noticias:** gestor en la creación de contenido actualizado sobre indicadores económicos, políticas monetarias y negocios para su distribución en medios y portales informativos.
- 5. Consultor en comunicación económica:** asesor de empresas, gobiernos y ONG en estrategias de divulgación económica y gestión de información financiera.
- 6. Investigador en Periodismo Económico:** dedicado a analizar y elaborar estudios sobre la evolución de la economía y su cobertura en los medios para instituciones académicas y centros de investigación.
- 7. Corresponsal de negocios y finanzas:** encargado de cubrir eventos internacionales, conferencias y sucesos económicos clave, reportando desde distintos mercados globales.
- 8. Creador de contenido financiero digital:** gestor en la producción de reportajes, análisis y formatos multimedia para plataformas digitales, optimizando la información económica para audiencias online.

06

Metodología de estudio

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

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



“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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

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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

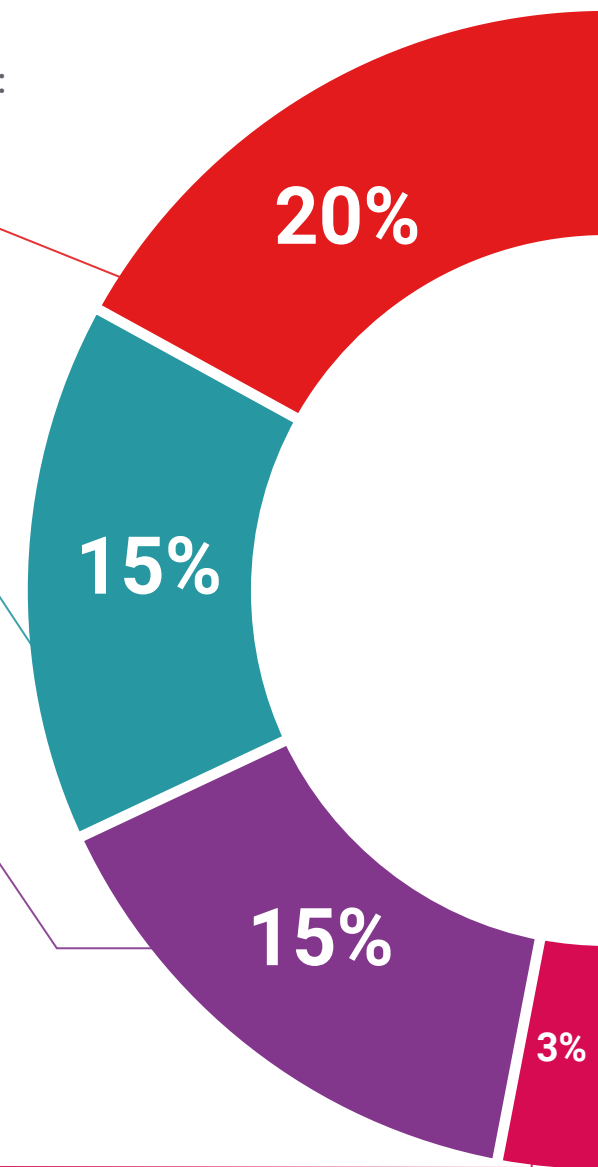
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

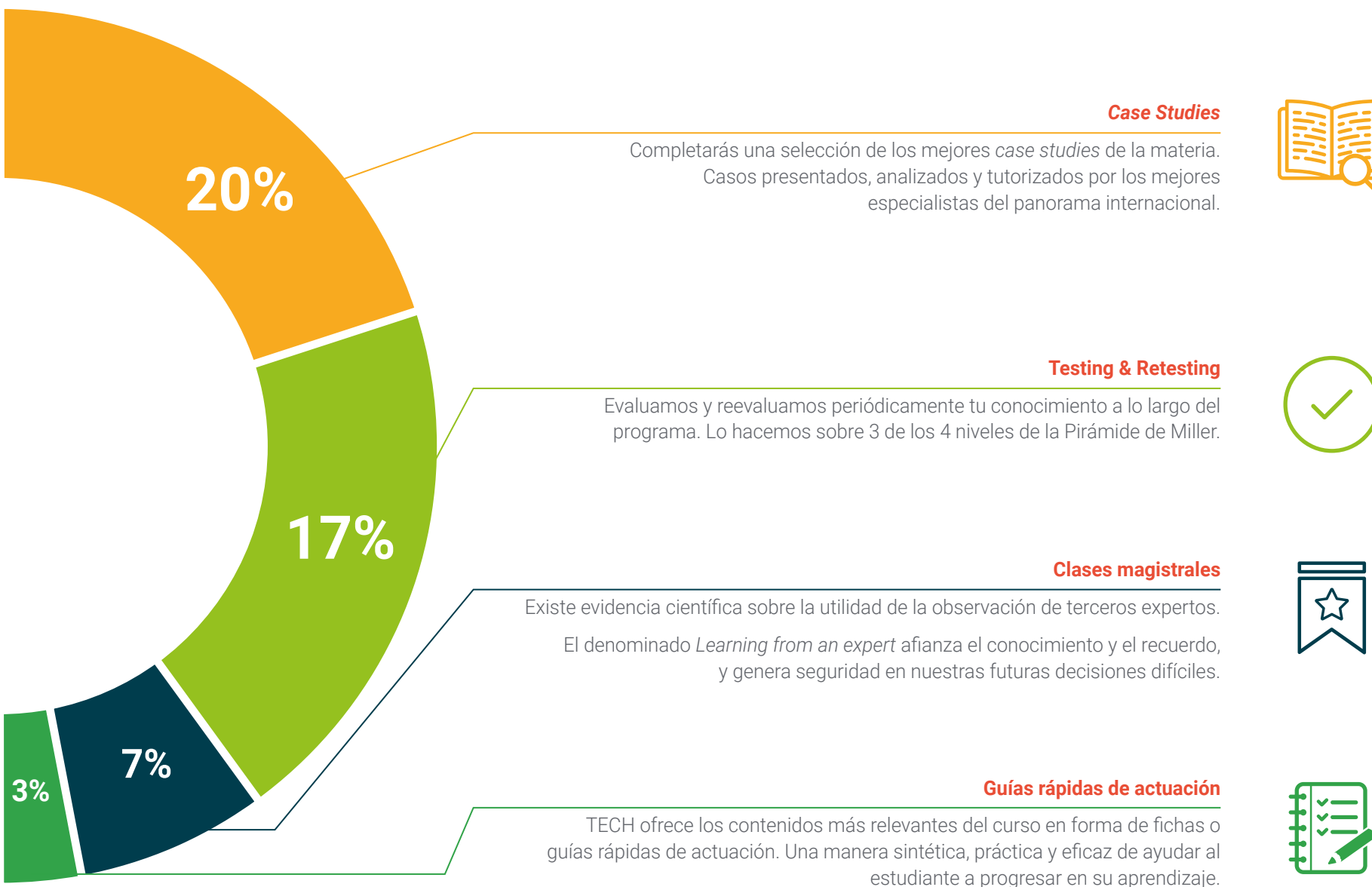
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Cuadro docente

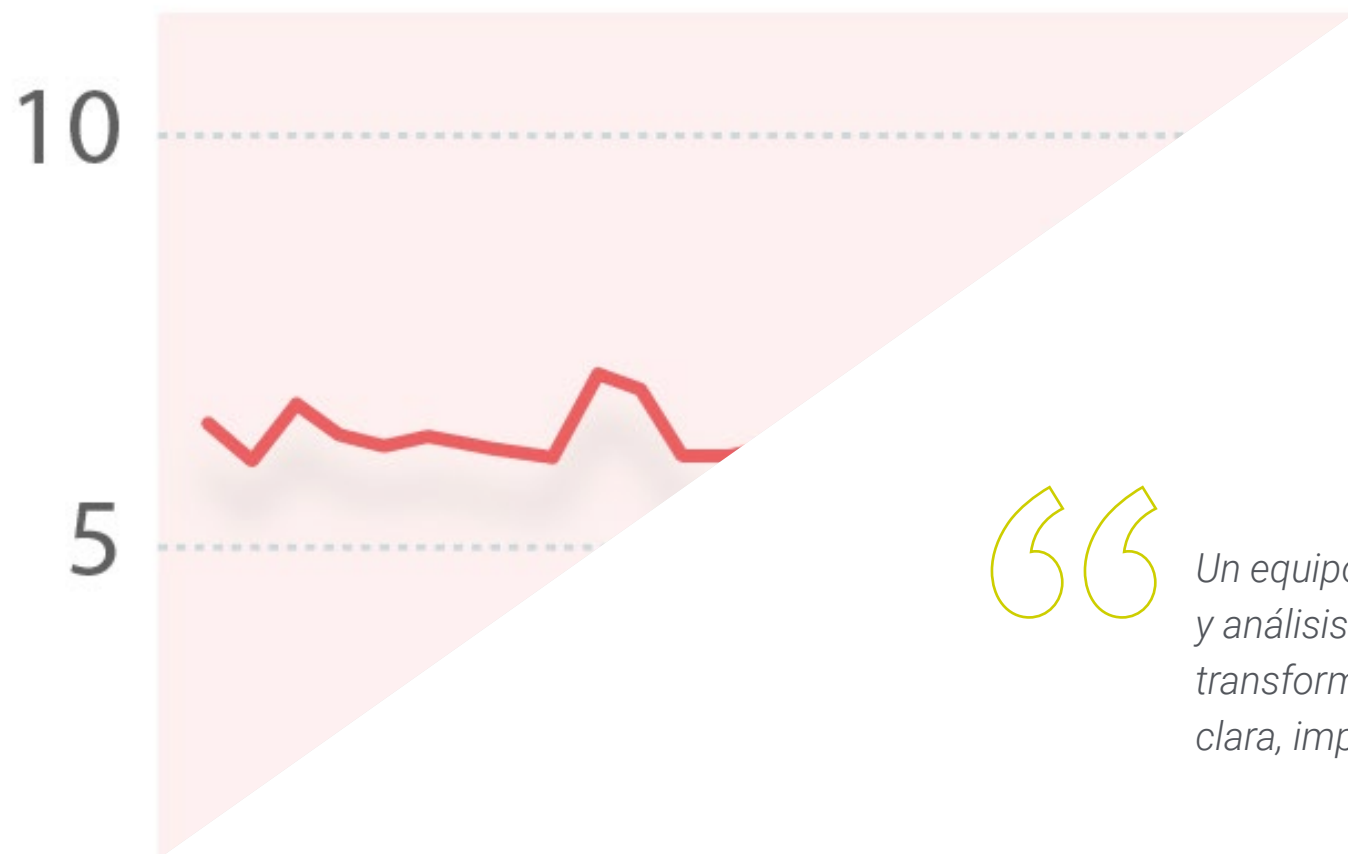
Este Máster Título Propio reúne especialistas en economía, comunicación y medios digitales que integran una sólida base conceptual con amplia experiencia en el sector. De hecho, mediante un enfoque aplicado, orientan en la lectura de tendencias, el uso de estructuras para el análisis financiero y la producción de contenidos relevantes. Por lo tanto, su manejo de herramientas digitales y narrativas especializadas brindará una perspectiva actual del Periodismo Económico. Gracias a esta guía experta, los profesionales fortalecerán su capacidad para informar con rigor y adaptarse a las dinámicas cambiantes del ecosistema mediático.

trimestral

4,9%
III Trim.

Producción industrial

En porcentaje



“

Un equipo de expertos en Periodismo y análisis financiero te guiará para transformar datos en información clara, impactante y relevante”

Dirección



Dr. Ronda Iglesias, Javier

- ♦ Periodista Responsable de Sucesos y Tribunales en Canal Sur Radio
- ♦ Presidente de la Gestora de la Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar
- ♦ Profesor Asociado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla
- ♦ Investigador
- ♦ Autor del libro: *Vecino de Guardia, Tricornio de Guardia y Manual de Periodismo Judicial*, publicado por la Universidad de Sevilla
- ♦ Doctor en Periodismo y Comunicación por la Universidad de Sevilla
- ♦ Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Sevilla
- ♦ Estudios de la Licenciatura de Derecho en la Universidad Oberta de Cataluña
- ♦ Distinción Soldado de Honor de la Unidad Militar de Emergencias, Ministerio de Defensa
- ♦ Premio Nacional de la Guardia Civil en la modalidad de radio
- ♦ Miembro de: Asociación de Prensa de Sevilla, FAPE , Asociación de Comunicadores e Informadores Jurídicos



Dra. Campra García de Viguera, Marián

- ♦ Directora y Asesora de Comunicación
- ♦ Directora de Comunicación de la Asociación de Jefes y Directivos de la Policía Local de Andalucía (AJDEPLA)
- ♦ Directora de Comunicación de la Casa de Galicia en Sevilla
- ♦ Directora de Comunicación de la Clínica Estética GOLDEN
- ♦ Directora de Comunicación de la Fundación +21
- ♦ Directora de Comunicación de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores
- ♦ Asesora de Comunicación de Unixa Abogados y Consultores
- ♦ Doctora en Periodismo y Comunicación por la Universidad de Sevilla
- ♦ Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Camilo José Cela. Madrid
- ♦ Ponente en la Universidad Nacional de Educación a Distancia de Ceuta como Experta en Gabinetes de Comunicación en el Curso de Verano Imagen y Poder de los Medios de Comunicación
- ♦ Ponente en la Universidad Nacional de Educación a Distancia de Ceuta como Experta en Gabinetes de Comunicación en las Jornadas de Violencia de Género y Medios de Comunicación

Profesores

Dña. Gimeno Pons, Carolina

- ♦ Responsable del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales en el Colegio Notarial de Valencia
- ♦ Responsable de Comunicación en *Dos Rodes BMW* Motorrad
- ♦ Responsable de Comunicación de la Plataforma de Afectados por la Nueva Ley del Taxi
- ♦ Directora de Comunicación de Civa Relaciones Públicas
- ♦ Periodista de la Agencia EFE
- ♦ Redactora en el Canal 9 RTVV
- ♦ Licenciada en Ciencias de la Información: Periodismo por la Universidad CEU Cardenal Herrera. Valencia, España

D. García Latorre, Andrés

- ♦ Editor y Coordinador del periódico La Voz de Cádiz
- ♦ Reportero en El Correo de Andalucía
- ♦ Redactor y locutor en Cadena SER
- ♦ Experto Universitario en Community Management por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
- ♦ Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla

D. Mateo Martín, Ignacio

- ♦ Desarrollador de aplicaciones web en ATOS
- ♦ Fundador de la revista digital La Paradinha
- ♦ Redactor en ABC de Sevilla en la sección de Economía y en la sección de Andalucía
- ♦ Redactor en Europa Press Andalucía
- ♦ Redactor en el gabinete de prensa de Agencia de Medio Ambiente y Agua de Andalucía
- ♦ Redactor en Estadio Deportivo
- ♦ Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- ♦ Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web en IES Jacarandá
- ♦ Máster Oficial en Relaciones Internacionales por la Universidad Pablo de Olavide en conjunto con la Universidad Internacional de Andalucía

Dña. Chamerois, Aurélie

- ♦ Cofundadora y Responsable de la Editorial Equinox Publishing
- ♦ Corresponsal en España para medios de comunicación franceses como BFM TV, TV5Monde, RTL y Ouest-France
- ♦ Periodista en LN 24, Medi 1, Le JDD, France TV y TV5Monde
- ♦ Colaboraciones puntuales con medios de Suiza, Bélgica y Marruecos
- ♦ Periodista para la revista Bons Plans
- ♦ Periodista para las emisoras Virgin Radio International Limited y NRJ Group
- ♦ Licenciada en Civilizaciones e Idiomas Anglosajones e Hispánicos para Asuntos Exteriores por la Universidad de Bourgogne

Dña. Balbontín Valle, Patricia

- ♦ Jefa de Redacción de la revista Andalucía Económica
- ♦ Coordinadora de la revista Para Vivir Andalucía
- ♦ Colaboradora en la Empresa Magnum Comunicación, realizando labores de comunicación externa para determinadas empresas
- ♦ Redactora en la Sección Local del Periódico La Voz. Huelva, España
- ♦ Redactora en la Sección Local del Diario ABC. Huelva, España
- ♦ Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Sevilla
- ♦ Conocimientos en Maquetación con InDesign y manejo del Wordpress

Dra. Castañeda Taladriz, Margarita

- ♦ Responsable de Comunicación y Marca en el Sector Financiero
- ♦ Responsable de Comunicación y Marca en Cecabank
- ♦ Vicesecretaria de Desarrollo de Negocio en Coas
- ♦ Market Risk Analyst en el Banco Santander
- ♦ Credit and Market Risk Analyst en Santander Investment
- ♦ Master Classes de Cecabank y mentora en los proyectos de los alumnos de Periodismo y Comunicación enmarcados en los *Study Abroad* de la Universidad Camilo José Cela. Madrid
- ♦ Profesora del Curso de Riesgos de la ESCA
- ♦ Doctorado en Economía Cuantitativa por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Licenciada en Economía, Rama de Estadística y Econometría por la Universidad Carlos III de Madrid

Dra. Martínez Leyva, Mónica

- ♦ Reportera en el Programa Documental Centenarios en el Canal Sur TV
- ♦ Reportera de Reportajes y Directos para Andalucía Directo en Canal Sur TV
- ♦ Especialista en Marketing Digital y Contenidos en Infoautónomos
- ♦ Redactora en *El Economista*
- ♦ Periodista Especializada en Medios Audiovisuales
- ♦ Doctora en Periodismo y Comunicación por la Universidad de Sevilla
- ♦ Máster en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla
- ♦ Experto Universitario en Comunicación por la Universidad de Granada

D. Lorenzo Pérez, Adrián

- ♦ Especialista en Comunicación y Relaciones Institucionales en Cecabank y CECA
- ♦ Consultor de Comunicación en Pulpomatic
- ♦ Especialista en Comunicación Corporativa en BBVA
- ♦ Consultor en Sanchis & Asociados
- ♦ Redactor en el Faro de Vigo
- ♦ Redactor en La Voz de Galicia
- ♦ Grado en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
- ♦ Grado en Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster en Comunicación Política por la Fundación José Ortega y Gasset
- ♦ Máster en Marketing, Consultoría y Comunicación Política por la Universidad de Santiago de Compostela

Dña. Del Río Álvarez, María Jesús

- ♦ Community Manager en Cecabank y CECA
- ♦ Bibliotecaria Corporativa de Cecabank
- ♦ Archivera del Archivo Histórico de CECA
- ♦ Documentalista y Bibliotecaria en Docuteria
- ♦ Comisaria de la Exposición Virtual de CECA 'Aprender a ahorrar'
- ♦ Bibliotecaria en instituciones universitarias como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Camilo José Cela o la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Licenciada en Documentación por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Diplomada en Biblioteconomía y Documentación por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Miembro de: Grupo de Trabajo del Banco de España sobre 'Archivos Históricos de la Banca', Consejo General de Archivos de la Comunidad de Madrid (vocal)

Dña. González Martínez, Mónica

- ♦ Técnico de Comunicación Interna, Transformación Digital y Marca: Cecabank y CECA. Madrid
- ♦ Controller Senior en Riesgo de Crédito en la Confederación Española de Cajas de Ahora
- ♦ Back Office Derivados OTC y Colaterales en la Confederación Española de Cajas de Ahora
- ♦ Back Office Derivados OTC en Geoban
- ♦ Licenciada en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma de Madrid
- ♦ Máster Executive en Gestión de Riesgos Financieros del Instituto BME

Dña. Elípe Fernández, Carolina

- ♦ Miembro del Departamento de Sostenibilidad y Relación con Stakeholders de CECA y Cecabank
- ♦ Miembro del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa de CECA
- ♦ Colaboradora del Plan de Educación Financiera del Banco de España y de la Comisión Nacional del Mercado de Valores
- ♦ Colaboradora de la revista Ahorro
- ♦ Licenciada en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Experto Europea en Responsabilidad Social Empresarial por la Asociación Española de Calidad (AEC)

Dra. Sánchez-Gey, Nuria

- ♦ Directora de Proyecto y Responsable de Comunicación en la Fundación José Manuel Lara
- ♦ Periodista, Redactora y Reportera de Actualidad para Informativos Telecinco
- ♦ Profesora del Grado en Comunicación y del Grado en Comunicación Digital en el Centro Universitario San Isidoro
- ♦ Profesora del Máster en Periodismo Deportivo, Facultad de Comunicación en la Universidad de Sevilla
- ♦ Profesora en la Escuela de Reporteros. Andalucía
- ♦ Doctorado Interuniversitario en Comunicación, Facultad de Comunicación en la línea de Periodismo por la Universidad de Sevilla
- ♦ Licenciada en Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información por la Universidad de Sevilla
- ♦ Diploma de Estudios Avanzados en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- ♦ Estancia Internacional en Comunicación en la Universidad de Lagos. Portugal

**D. Figuerero Benítez, Juan Carlos**

- ♦ Periodista del Departamento de Redacción en GN10 Digital News
- ♦ Periodista Especializado en Comunicación Institucional y Política
- ♦ Grado en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- ♦ Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla

Dña. González Morales, Cristina

- ♦ Redactora y Reportera en Radio Televisión Canaria
- ♦ Reportera en Informativos Telecinco
- ♦ Redactora y Locutora en Canarias Radio La Autónoma
- ♦ Graduada en Periodismo y Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla

Dra. Pérez Sigüenza, Marta

- ♦ General Procurement en Airbus Crisa
- ♦ Composite Materials Procurement por Airbus Operations
- ♦ Profesora en la Universidad Pablo de Olavide
- ♦ Especialista en Compras en Tramas+
- ♦ Doctora en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales por la Universidad de Sevilla
- ♦ Doble grado en Negocios y Leyes por la Universidad Pablo de Olavide
- ♦ MBA por la Universidad de Málaga
- ♦ Máster en Innovación y Toma de Decisiones por la Universidad de Alcalá

08

Titulación

El Máster Título Propio en Periodismo Económico 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 Periodismo Económico** 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.

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: **Máster Título Propio en Periodismo Económico**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**



Máster Título Propio en Periodismo Económico

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria (OB)	60
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PE)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
Total	60

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Periodismo Económico	6	OB
1º	El Periodismo Económico en las revistas especializadas	6	OB
1º	Periodismo Económico en los medios audiovisuales	6	OB
1º	El Periodismo Económico en un periódico local	6	OB
1º	El Periodismo Económico en medios extranjeros	6	OB
1º	Periodismo de Económico y notariado	6	OB
1º	Periodismo, economía y deporte	6	OB
1º	El Periodismo Económico en banca	6	OB
1º	El Periodismo Económico y el sector primario. El sector pesquero en la prensa económica	6	OB
1º	Conceptos y terminología de economía y empresa	6	OB



Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech^{global}
university



Máster Título Propio Periodismo Económico

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

Máster Título Propio

Periodismo Económico

Aval/Membresía



Society of Professional
Journalists

tech global
university