

# Máster Título Propio

## Periodismo de Televisión

Aval/Membresía



Society of Professional  
Journalists



tech global  
university



## Máster Título Propio

### Periodismo de 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-periodismo-television](http://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-periodismo-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. 34*

06

Metodología de estudio

---

*pág. 38*

07

Cuadro docente

---

*pág. 48*

08

Titulación

---

*pág. 52*

01

# Presentación del programa

El Periodismo de Televisión sigue siendo clave para la transmisión de información, con más de 3.500 millones de personas consumiendo TV regularmente, según un informe publicado por Statista. A pesar del crecimiento de las plataformas digitales y el *Streaming*, la televisión mantiene su relevancia, aunque enfrenta ciertos desafíos. Ante este panorama, TECH ha desarrollado este completísimo posgrado que brindará las herramientas necesarias para innovar y adaptar contenidos a nuevos formatos que generen interactividad. A través de un plan académico 100% online, sin horarios estrictos, los profesionales desarrollarán sus mejores competencias en este entorno dinámico y en constante evolución.



“

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



La Televisión es uno de los medios más influyentes de comunicación, ya que proporciona información inmediata y accesible a una audiencia global. Su relevancia sigue creciendo debido a la demanda constante de contenido audiovisual y la necesidad de una comunicación eficaz y persuasiva. En este contexto, el Periodismo Televisivo no solo actúa como vehículo de información, sino también como un actor clave en la conformación de la opinión pública, en especial en tiempos de crisis o situaciones emergentes.

Bajo este enfoque, TECH ha ideado este exhaustivo Máster Título Propio en Periodismo de Televisión. A través de un enfoque integral, se abordarán los elementos fundamentales del periódico y los principios deontológicos que guían la práctica periodística, entre otros.

En adición, este itinerario se ha establecido en un modelo de enseñanza 100% online, accesible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, y desde cualquier dispositivo con conexión a Internet. Esto permitirá a los egresados avanzar a su propio ritmo, mejorando sus habilidades y capacidades de manera flexible y efectiva. Además, el programa universitario contará con un Director Invitado Internacional, quien ofrecerá una serie de *Masterclasses* enfocadas en las últimas tendencias y desafíos del sector, lo que enriquecerá la experiencia académica.

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 de Televisión** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en periodismo
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en 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



*Este exclusivo programa te brindará la oportunidad de fortalecer tus habilidades a través de un enfoque actualizado y con la guía de un invitado de renombre mundial”*

“

*La metodología de vanguardia de TECH te asegurará una experiencia académica inigualable que se adapta a tus necesidades”*

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 contextualizado, 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.

*Te capacitarás a tu propio ritmo y desde cualquier lugar del mundo, con contenido actualizado y práctico desarrollado por expertos.*

*Adquirirás las habilidades que marcarán la diferencia en el campo periodístico. ¿Qué esperas para inscribirte en la mayor universidad digital del mundo según Forbes?*



02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

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





“

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

#### La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

#### El mejor claustro docente top internacional

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

#### La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien 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.



**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

**Plan**  
de estudios  
más completo

Profesorado  
**TOP**  
Internacional

  
La metodología  
más eficaz

**nº1**  
Mundial  
Mayor universidad  
online del mundo

#### Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

#### Un método de aprendizaje único

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

#### La universidad online oficial de la NBA

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

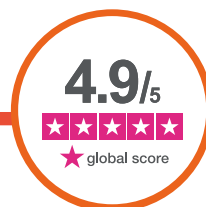
#### Líderes en empleabilidad

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



#### Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado 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 Máster Título Propio ofrecerá una preparación integral y actualizada, diseñada para preparar a los profesionales que liderarán los medios audiovisuales del futuro. A través del plan de estudios se abordarán los fundamentos teóricos y prácticos que sustentan la producción televisiva, desde la conceptualización de la noticia, hasta su presentación en pantalla, garantizando así un dominio sólido del lenguaje audiovisual. Asimismo, se potenciará el desarrollo de habilidades técnicas específicas, entre esas, la edición de vídeo, realización y locución, las cuales resultan imprescindibles para adaptarse a los avances tecnológicos y a las nuevas plataformas digitales.





“

*Destacarás en el Periodismo con un posgrado diseñado para la excelencia. ¡Preparación intensiva, experiencias reales y oportunidades únicas!”*

## Módulo 1. Teoría del Periodismo

- 1.1. Definición y tipos de periódicos
  - 1.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
  - 1.1.2. Conceptos clave: comunicación, información y periodismo
  - 1.1.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad
  - 1.1.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación
  - 1.1.5. Definición y características del diario
    - 1.1.5.1. Historia
    - 1.1.5.2. Temáticas
    - 1.1.5.3. Precio de venta
    - 1.1.5.4. Formato
  - 1.1.6. Los contenidos del diario
    - 1.1.6.1. Secciones
- 1.2. Principales herramientas periodísticas
  - 1.2.1. Introducción
  - 1.2.2. Principales herramientas periodísticas
  - 1.2.3. Criterios de selección
    - 1.2.3.1. ¿Qué son?
    - 1.2.3.2. Clasificaciones
    - 1.2.3.3. Relación con la actualidad
- 1.3. Elementos del periódico
  - 1.3.1. Introducción
  - 1.3.2. Elementos del periódico
  - 1.3.3. Diferentes elementos
- 1.4. El periodista y sus capacidades o habilidades periodísticas
  - 1.4.1. Introducción
  - 1.4.2. El periodista y sus habilidades o capacidades periodísticas
  - 1.4.3. Debate sobre la profesión periodística
  - 1.4.4. Actitudes
    - 1.4.4.1. Actitudes prácticas
    - 1.4.4.2. Actitudes intelectuales y morales



- 1.5. La organización de un periódico
  - 1.5.1. Introducción
  - 1.5.2. Dos estructuras en una: la empresa y la redacción
  - 1.5.3. Principios editoriales
  - 1.5.4. Estatutos de redacción
    - 1.5.4.1. Roles en la redacción
  - 1.5.5. Epílogo: de la versión digital a la edición digital
- 1.6. El trabajo periodístico
  - 1.6.1. Introducción
  - 1.6.2. El trabajo periodístico
  - 1.6.3. ¿Qué es y cómo se organiza una redacción?
  - 1.6.4. A diario
  - 1.6.5. La planificación a largo plazo
  - 1.6.6. Trabajo individual y colectivo
    - 1.6.6.1. Trabajos individuales
    - 1.6.6.2. Trabajos colectivos
    - 1.6.6.3. Libros de estilo
- 1.7. Deontología periodística
  - 1.7.1. Introducción
  - 1.7.2. Origen y evolución histórica
    - 1.7.2.1. El Informe Hutchins
    - 1.7.2.2. El Informe McBride
  - 1.7.3. Una forma de regular la profesión
  - 1.7.4. Funciones de la autorregulación
  - 1.7.5. Códigos deontológicos
- 1.8. Tipos de periodismo
  - 1.8.1. Introducción
  - 1.8.2. Periodismo de investigación
    - 1.8.2.1. Cualidades del periodista de investigación
    - 1.8.2.2. Esquema Williams
    - 1.8.2.3. Técnicas de investigación-innovación
  - 1.8.3. Periodismo de precisión
    - 1.8.3.1. Especializaciones del periodismo de precisión
  - 1.8.4. Periodismo de servicio
    - 1.8.4.1. Características temáticas
  - 1.8.5. La especialización periodística
  - 1.8.6. Desarrollo de la información especializada
- 1.9. Periodismo y retórica
  - 1.9.1. Introducción
  - 1.9.2. Separación información-opinión
  - 1.9.3. Las teorías de los géneros periodísticos
  - 1.9.4. Aportaciones de la retórica
  - 1.9.5. La elocutio o elocución
- 1.10. El periodismo como actor político
  - 1.10.1. Introducción
  - 1.10.2. El periódico según los teóricos
  - 1.10.3. El periódico, actor de conflicto
    - 1.10.3.1. El periódico como comunicación
    - 1.10.3.2. El periódico en los niveles extra, ínter, intra
  - 1.10.4. El periódico como pacificador
    - 1.10.4.1. Mecanismo de alarma
    - 1.10.4.2. Creador de atmósferas, movilizador para la paz
  - 1.10.5. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas
  - 1.10.6. El periódico como institución misionera
  - 1.10.7. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio
  - 1.10.8. El periódico como narrador y participante de conflictos
- 1.11. El periodismo como actor social
  - 1.11.1. Introducción
  - 1.11.2. El periódico como intérprete y mediador
  - 1.11.3. El periódico como miembro del sistema político y como sistema parapolítico
  - 1.11.4. El periódico como informador y pseudocomunicador político
  - 1.11.5. El periódico como destinatario de las políticas comunicativas de otros actores sociales

## Módulo 2. Teoría de la Publicidad

- 2.1. Aspectos preliminares sobre el proceso de creación publicitaria
- 2.2. El brief de publicidad o brief de comunicación
- 2.3. La estrategia creativa
- 2.4. Estrategia de medios
  - 2.4.1. Publicidad de éxito: Apple
- 2.5. El proceso de creación publicitaria II: Creatividad y publicidad
  - 2.5.1. Introducción
  - 2.5.2. Fundamentos del trabajo creativo de los publicitarios
  - 2.5.3. La creatividad publicitaria y su estatuto comunicativo
  - 2.5.4. La labor creativa en publicidad
  - 2.5.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Real Madrid
- 2.6. El proceso de creación publicitaria III: Ideación y desarrollo del manifiesto publicitario
  - 2.6.1. Introducción
  - 2.6.2. La concepción creativa y la estrategia
  - 2.6.3. El proceso de la concepción creativa
  - 2.6.4. Los diez caminos básicos de la creatividad según Lluís Bassat: los géneros publicitarios
  - 2.6.5. Los formatos publicitarios
  - 2.6.6. Publicidad de éxito: McDonald's
- 2.7. Planificación de medios publicitarios
  - 2.7.1. Introducción
  - 2.7.2. Los medios y la planificación
  - 2.7.3. Los medios publicitarios y su clasificación
  - 2.7.4. Herramientas para la planificación de medios
  - 2.7.5. Publicidad de éxito: Pepsi
- 2.8. Publicidad, sociedad y cultura
  - 2.8.1. Introducción
  - 2.8.2. La relación entre publicidad y sociedad
  - 2.8.3. Publicidad y emociones
  - 2.8.4. Publicidad, sujetos y cosas
  - 2.8.5. Publicidad de éxito: Burger King

## Módulo 3. Documentación Informativa

- 3.1. Introducción a la Documentación como ciencia
  - 3.1.1. Introducción
  - 3.1.2. La sociedad de la información y el conocimiento
  - 3.1.3. Información y documentación
  - 3.1.4. Definición de la documentación
  - 3.1.5. El nacimiento de la documentación como ciencia
  - 3.1.6. Los centros de documentación
- 3.2. Historia y características de la Documentación Informativa
  - 3.2.1. Introducción
  - 3.2.2. Historia de la documentación informativa
  - 3.2.3. Características generales de la documentación informativa
  - 3.2.4. Principios de la documentación informativa
  - 3.2.5. Funciones de la documentación informativa
- 3.3. Las Fuentes y el documento
  - 3.3.1. Introducción
  - 3.3.2. Las fuentes de información
  - 3.3.3. Los documentos
  - 3.3.4. Tipos de fuentes documentales
- 3.4. El análisis documental I
  - 3.4.1. Introducción
  - 3.4.2. La cadena documental
  - 3.4.3. La selección documental
  - 3.4.4. El análisis documental
  - 3.4.5. La catalogación
  - 3.4.6. La descripción documental y el asiento bibliográfico
- 3.5. El análisis documental II
  - 3.5.1. Introducción
  - 3.5.2. La clasificación
  - 3.5.3. La indización
  - 3.5.4. El resumen
  - 3.5.5. La referencia documental
  - 3.5.6. Los lenguajes documentales



- 3.6. Recuperación de información y bases de datos
  - 3.6.1. Introducción
  - 3.6.2. La recuperación de información
  - 3.6.3. Los sistemas de gestión de bases de datos
  - 3.6.4. Lenguajes de interrogación y ecuaciones de búsqueda
  - 3.6.5. La evaluación de la recuperación de información
  - 3.6.6. Las bases de datos
- 3.7. La documentación fotográfica
  - 3.7.1. Introducción
  - 3.7.2. La fotografía
  - 3.7.3. El documento fotográfico
  - 3.7.4. Criterios de selección fotográfica
  - 3.7.5. El análisis documental de las fotografías
- 3.8. La documentación radiofónica
  - 3.8.1. Introducción
  - 3.8.2. Características del documento sonoro
  - 3.8.3. Tipología de los documentos radiofónicos
  - 3.8.4. Los archivos radiofónicos
  - 3.8.5. Análisis documental de la información sonora
  - 3.8.6. La documentación informativa en la radio
- 3.9. La documentación audiovisual
  - 3.9.1. Introducción
  - 3.9.2. El documento audiovisual
  - 3.9.3. La documentación televisiva
  - 3.9.4. El análisis documental de la imagen en movimiento
  - 3.9.5. La documentación cinematográfica
- 3.10. La documentación en prensa escrita, digital y en gabinetes de comunicación
  - 3.10.1. Introducción
  - 3.10.2. El servicio básico de documentación en medios escritos
  - 3.10.3. El proceso documental en medios digitales
  - 3.10.4. El servicio de documentación en la redacción digital
  - 3.10.5. La documentación en los gabinetes de comunicación

## Módulo 4. Comunicación visual

- 4.1. La comunicación visual
  - 4.1.1. Introducción
  - 4.1.2. Comunicación visual y alfabetización visual
    - 4.1.2.1. El aprendizaje de la cultura visual
    - 4.1.2.2. Lenguaje natural o lenguaje arbitrario
  - 4.1.3. Cualidades de la Comunicación Visual
    - 4.1.3.1. Inmediatez
    - 4.1.3.2. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
    - 4.1.3.3. Grado de complejidad del mensaje
  - 4.1.4. Definición de la Comunicación Visual
- 4.2. El diseño gráfico
  - 4.2.1. Introducción
  - 4.2.2. El diseño
  - 4.2.3. El diseño gráfico
    - 4.2.3.1. El grafismo
    - 4.2.3.2. Diseño y arte
  - 4.2.4. Diseño gráfico y comunicación
  - 4.2.5. Ámbitos de aplicación del diseño gráfico
- 4.3. Antecedentes y evolución de la Comunicación Visual
  - 4.3.1. Introducción
  - 4.3.2. El problema del origen
  - 4.3.3. La Prehistoria
  - 4.3.4. La Edad Antigua
    - 4.3.4.1. Grecia
    - 4.3.4.2. Roma
  - 4.3.5. La Edad Media
  - 4.3.6. El Renacimiento: surgimiento de la imprenta en Europa
  - 4.3.7. Del siglo XVI al XVIII
  - 4.3.8. El siglo XIX y la primera mitad del siglo XX

- 4.4. El significado de los mensajes visuales
  - 4.4.1. Introducción
  - 4.4.2. La imagen, objeto significativo
  - 4.4.3. La cualidad representacional de la imagen: la iconicidad
    - 4.4.3.1. Tipo, patrón y forma
  - 4.4.4. La cualidad plástica de la imagen
    - 4.4.4.1. El signo plástico
  - 4.4.5. La cualidad simbólica
  - 4.4.6. Otros códigos visuales
- 4.5. La persuasión
  - 4.5.1. Introducción
  - 4.5.2. La persuasión de la publicidad
  - 4.5.3. Características
- 4.6. Elementos relativos a la representación de la imagen
  - 4.6.1. Introducción
  - 4.6.2. Elementos relativos a la representación de la imagen
  - 4.6.3. La articulación de la representación de la imagen
    - 4.6.3.1. El concepto de la representación
    - 4.6.3.2. La articulación de la representación
    - 4.6.3.3. La significación plástica
  - 4.6.4. Elementos morfológicos de la imagen
  - 4.6.5. Elementos escalares de la imagen
    - 4.6.5.1. El tamaño
    - 4.6.5.2. La escala
    - 4.6.5.3. La proporción
    - 4.6.5.4. El formato
- 4.7. La composición
  - 4.7.1. Introducción
  - 4.7.2. La composición o sintaxis visual
  - 4.7.3. El equilibrio
  - 4.7.4. Elementos dinámicos de la representación
  - 4.7.5. La composición normativa
- 4.8. El color y la luz
  - 4.8.1. Introducción
  - 4.8.2. Luz, color y percepción
    - 4.8.2.1. La luz y el espectro cromático visible
    - 4.8.2.2. La percepción de la luz y los colores
    - 4.8.2.3. La capacidad de adaptación del sistema perceptivo
    - 4.8.2.4. La temperatura de color de una fuente de luz
  - 4.8.3. Los colores primarios
  - 4.8.4. Técnicas básicas de reproducción del color
  - 4.8.5. Dimensiones del color
  - 4.8.6. Tipos de armonía y construcción de paletas
  - 4.8.7. Funciones plásticas del color
- 4.9. La Tipografía
  - 4.9.1. Introducción
  - 4.9.2. Estructura formal y medición de los tipos
  - 4.9.3. Clasificación de tipos de letra
  - 4.9.4. La composición del texto
  - 4.9.5. Cuestiones que afectan a la legibilidad
- 4.10. El diseño editorial y la infografía
  - 4.10.1. Introducción
  - 4.10.2. Diseño editorial
  - 4.10.3. Infografía
- 4.11. El diseño periodístico desde la Teoría de la Imagen
  - 4.11.1. Introducción
  - 4.11.2. Funciones del diseño periodístico
  - 4.11.3. Acotación final del término diseño periodístico
  - 4.11.4. Arbitrariedad o naturalidad del diseño periodístico
  - 4.11.5. Articulación del lenguaje visual del diseño periodístico



## Módulo 5. Narrativa Audiovisual

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

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

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

## Módulo 6. Comunicación Televisiva

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



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

## Módulo 7. Periodismo Televisivo

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

- 7.6. Programas según formatos. *Magazines* y *Reality-Show*
  - 7.6.1. Introducción
  - 7.6.2. Definición de *magazine*
  - 7.6.3. Definición de *reality-show*
- 7.7. Programas especializados según contenidos
  - 7.7.1. Introducción
  - 7.7.2. Periodismo especializado
  - 7.7.3. Programas especializados
- 7.8. La Realización Televisiva
  - 7.8.1. Introducción
  - 7.8.2. La Realización Televisiva
  - 7.8.3. Preproducción
  - 7.8.4. Rodaje
  - 7.8.5. Control de realización
- 7.9. Tratamiento de la información en directo y en diferido
  - 7.9.1. Introducción
  - 7.9.2. Tratamiento de la información en directo
  - 7.9.3. Tratamiento de la información en diferido
- 7.10. Técnicas de Edición
  - 7.10.1. Introducción
  - 7.10.2. Técnicas de edición en televisión
  - 7.10.3. Tipos de edición

## Módulo 8. Periodismo Deportivo

- 8.1. La prensa deportiva
  - 8.1.1. Introducción
  - 8.1.2. Actualidad
  - 8.1.3. Calidad en la información deportiva
    - 8.1.3.1. Fuentes
    - 8.1.3.2. Lenguaje
  - 8.1.4. La prensa deportiva local
    - 8.1.4.1. Credibilidad de la información local
    - 8.1.4.2. Temática deportiva



- 8.2. Los géneros deportivos
  - 8.2.1. Introducción
    - 8.2.1.1. Del papel a la web
    - 8.2.1.2. De lo analógico a lo digital
    - 8.2.1.3. De la información a la opinión
  - 8.2.2. Estructura y lenguaje
    - 8.2.2.1. Titulares
    - 8.2.2.2. Entradillas
    - 8.2.2.3. Declaraciones y despieces
  - 8.2.3. Elementos de las piezas interpretativas
    - 8.2.3.1. Crónicas
    - 8.2.3.2. Reportajes
    - 8.2.3.3. Entrevistas
  - 8.2.4. Habilidades del periodista deportivo
- 8.3. La programación deportiva en televisión
  - 8.3.1. Introducción
  - 8.3.2. Evolución de los programas deportivos en televisión
    - 8.3.2.1. El deporte en las televisiones públicas
    - 8.3.2.2. El deporte en las televisiones de pago
  - 8.3.3. Programación deportiva en televisión
    - 8.3.3.1. Las retransmisiones
    - 8.3.3.2. El espectáculo como estrategia
    - 8.3.3.3. La tecnología
- 8.4. Tendencias y formatos en la radio actual
  - 8.4.1. Introducción
  - 8.4.2. La radio
  - 8.4.3. Tendencias del periodismo radiofónico
    - 8.4.3.1. Contenidos
    - 8.4.3.2. Archivo sonoro
    - 8.4.3.3. Reportajes para una radio bajo demanda

- 8.5. Las imágenes en el periodismo deportivo
  - 8.5.1. Introducción
  - 8.5.2. El deporte y las imágenes
    - 8.5.2.1. Concepto de deporte
    - 8.5.2.2. Mediatización del deporte
    - 8.5.2.3. Concepto de imagen
  - 8.5.3. La imagen en el periodismo deportivo
    - 8.5.3.1. Concepto de periodismo deportivo
    - 8.5.3.2. Fotoperiodismo deportivo
    - 8.5.3.3. La imagen en movimiento
  - 8.5.4. La especulación mediática del deporte
- 8.6. Nuevas narrativas digitales en el periodismo deportivo
  - 8.6.1. Introducción
  - 8.6.2. Nuevas narrativas multimedia
    - 8.6.2.1. Imágenes
    - 8.6.2.2. La mutación del audio y del vídeo
  - 8.6.3. El periodismo de datos
    - 8.6.3.1. Búsqueda
    - 8.6.3.2. Análisis
  - 8.6.4. El relato interactivo
  - 8.6.5. De la realidad virtual a la realidad aumentada
- 8.7. El lenguaje de los periodistas deportivos
  - 8.7.1. Introducción
  - 8.7.2. Características
    - 8.7.2.1. Libertad estilística y creatividad
    - 8.7.2.2. Errores
  - 8.7.3. Obras de referencia para su estudio
  - 8.7.4. Responsabilidad del periodista

- 8.8. El deporte femenino y los medios de comunicación
  - 8.8.1. Introducción
  - 8.8.2. Deporte y género: deporte habitualmente practicado por mujeres y hombres
  - 8.8.3. Mujer y deporte: el deporte femenino
    - 8.8.3.1. Edades del deporte femenino
    - 8.8.3.2. Deportes mixtos
  - 8.8.4. La mujer en el periodismo deportivo
  - 8.8.5. Lenguaje sexista
  - 8.8.6. Importancia de los nuevos medios de comunicación para el deporte femenino
- 8.9. Redes sociales en el deporte
  - 8.9.1. Introducción
  - 8.9.2. El uso de las redes sociales en el deporte
  - 8.9.3. Consecuencias para periodistas y profesionales de los medios
  - 8.9.4. Consecuencias para deportistas y aficionados
    - 8.9.4.1. Marcas personales
    - 8.9.4.2. Gestión de la crisis
- 8.10. Hacia un nuevo modelo de gestión comunicativa en las organizaciones deportivas
  - 8.10.1. Introducción
  - 8.10.2. El papel de la comunicación corporativa en el deporte
  - 8.10.3. Actores de la gestión comunicativa del deporte
  - 8.10.4. Conclusiones

## Módulo 9. Periodismo Cultural

- 9.1. El periodismo cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital
  - 9.1.1. Objetivos y fuentes del periodismo cultural en los medios audiovisuales
  - 9.1.2. Conocer al público y saber dónde encontrarlo
  - 9.1.3. Programas y géneros del periodismo cultural en medios lineales y no lineales de Radio y Televisión

- 9.2. El arte de contar las historias
  - 9.2.1. La perspectiva de la narratología
  - 9.2.2. Autoconocimiento, motivación y metas personales en el ejercicio del periodismo cultural
  - 9.2.3. La creatividad y el punto de vista del relato periodístico
  - 9.2.4. El rigor informativo en la información cultural
  - 9.2.5. La identidad y el estilo marca personal
- 9.3. Guías esenciales de documentación periodística cultural
  - 9.3.1. Documentación histórica
  - 9.3.2. Documentación actual
  - 9.3.3. La rabiosa actualidad
- 9.4. La filosofía 3.0 de la comunicación
  - 9.4.1. La web 3.0: definiciones y características
  - 9.4.2. El periodismo cultural en la web 3.0
  - 9.4.3. Características de la redacción periodística a partir de la convergencia
- 9.5. Gestión de medios y redes sociales
  - 9.5.1. Facebook
  - 9.5.2. X (anteriormente Twitter)
  - 9.5.3. Instagram
  - 9.5.4. LinkedIn
  - 9.5.5. Otras redes
- 9.6. Contenidos periodísticos interactivos
  - 9.6.1. El rol del profesional del periodismo
  - 9.6.2. Informar o entretener
  - 9.6.3. Más medios digitales
  - 9.6.4. Contenidos de periodismo interactivo
- 9.7. Los paradigmas de la comunicación
  - 9.7.1. La audiencia y el usuario
  - 9.7.2. El medio y el contenido
  - 9.7.3. El soporte
  - 9.7.4. El tiempo
  - 9.7.5. La desinformación



- 9.8. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados
  - 9.8.1. SEO
  - 9.8.2. SEM
  - 9.8.3. SMO
  - 9.8.4. SMM
  - 9.8.5. SERM

## Módulo 10. Empresa Informativa

- 10.1. Concepto y evolución de la empresa informativa
  - 10.1.1. ¿Qué es la empresa informativa?
  - 10.1.2. Características de la empresa periodística
  - 10.1.3. Tipos de empresa informativa
- 10.2. Organización de la empresa informativa
  - 10.2.1. Introducción
  - 10.2.2. ¿Qué es organizar una empresa?
  - 10.2.3. ¿Cómo se estructura una empresa informativa?
  - 10.2.4. Modelos de estructuras organizativas
- 10.3. Estructura multimedia de la empresa informativa
  - 10.3.1. Introducción
  - 10.3.2. Estructura multimedia de la empresa informativa
  - 10.3.3. De la empresa informativa al conglomerado multimedia
  - 10.3.4. La concentración de medios: causas y consecuencias
  - 10.3.5. Grandes grupos de comunicación
- 10.4. Comercialización del producto de la empresa informativa
  - 10.4.1. Introducción
  - 10.4.2. Características de la comercialización en la empresa informativa
  - 10.4.3. Comercialización según canal de distribución
  - 10.4.4. Comercialización en la empresa digital
- 10.5. Ingresos y gastos en la empresa informativa
  - 10.5.1. Introducción
  - 10.5.2. La empresa informativa en el entorno económico
  - 10.5.3. Ciclo de producción en la empresa informativa
  - 10.5.4. Estructura económica de la empresa informativa
- 10.6. El plan de empresa informativa
  - 10.6.1. Introducción
  - 10.6.2. Circunstancias del emprendimiento y el autoempleo en el mercado informativo
  - 10.6.3. La creación de una empresa informativa
  - 10.6.4. El plan de empresa informativa
  - 10.6.5. Posibilidades mercantiles de la empresa informativa
- 10.7. Mercadotecnia informativa y planificación estratégica
  - 10.7.1. Introducción
  - 10.7.2. ¿Qué es la mercadotecnia?
  - 10.7.3. La mercadotecnia operativa
  - 10.7.4. Las 4 P's de la mercadotecnia
- 10.8. Distribución y promoción del producto informativo
  - 10.8.1. Introducción
  - 10.8.2. La distribución
  - 10.8.3. Promoción de los productos informativos: la promoción de ventas y la promoción de publicidad
- 10.9. Difusión informativa y audiencias
  - 10.9.1. Introducción
  - 10.9.2. ¿Qué entendemos por difusión informativa?
  - 10.9.3. ¿Para qué sirve la difusión informativa?
  - 10.9.4. Indicadores de difusión y audiencia
- 10.10. Los recursos humanos y la dirección empresarial
  - 10.10.1. Introducción
  - 10.10.2. La responsabilidad de la empresa informativa en la gestión de personal
  - 10.10.3. La motivación laboral
  - 10.10.4. La dirección de la empresa informativa

04

# Objetivos docentes

Este programa universitario de TECH tiene como objetivo brindar habilidades esenciales para el ejercicio del Periodismo de Televisión, capacitando a los profesionales para dominar las herramientas y los procesos clave en la Comunicación Audiovisual. A lo largo de la titulación universitaria, los periodistas adquirirán competencias esenciales que les permitirán analizar y transmitir mensajes de manera efectiva a través de diversos medios, con especial énfasis en la Televisión. Asimismo, se fomentará la capacidad para manejar contenidos gráficos/audiovisuales, comprender los elementos clave de la narrativa televisiva y aplicar las metodologías de investigación en Periodismo. En consecuencia, estas habilidades contribuirán a un desempeño eficaz en el entorno profesional.



“

*Transformarás tu capacidad  
para comunicar de manera efectiva  
a través de los medios con este  
innovador itinerario creado por TECH”*



## Objetivos generales

---

- ♦ Analizar los fundamentos de la Comunicación Social y su vínculo con el periodismo, los medios de comunicación y la sociedad, identificando sus principios, teorías y aplicaciones en la práctica profesional
- ♦ Desarrollar las herramientas y criterios esenciales del Periodismo, así como las habilidades necesarias para ejercer la profesión de manera ética, rigurosa y competente en la creación de contenidos informativos
- ♦ Investigar la estructura organizativa de los Periódicos, el trabajo Periodístico y su impacto social, con el objetivo de comprender las dinámicas de la redacción y las fases del proceso de producción informativa
- ♦ Evaluar las diversas formas de Periodismo y su relación con la retórica, promoviendo la separación entre información y opinión y fomentando una mirada crítica en los enfoques de los géneros periodísticos
- ♦ Examinar el papel del periodismo en la política y en la sociedad, comprendiendo su función como actor de conflicto y pacificador, para desarrollar una visión más profunda sobre su impacto social y político
- ♦ Profundizar en la teoría y la práctica de la publicidad, la documentación informativa y la Comunicación Visual, con el fin de fortalecer las habilidades para aplicar estos conceptos en el diseño y distribución de contenidos mediáticos







## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Teoría del Periodismo

- ♦ Definir y clasificar los diferentes tipos de periódicos, identificando sus características, historia, formatos, secciones y relación con otros medios de comunicación
- ♦ Analizar las principales herramientas periodísticas, con el fin de entender su función en la selección de contenido, su relación con la actualidad y cómo contribuyen a la estructura de un periódico
- ♦ Examinar la organización y estructura interna de un periódico, incluyendo los roles dentro de la redacción, los principios editoriales, y los estatutos de redacción que guían la producción de noticias
- ♦ Evaluar las capacidades y actitudes requeridas para un periodista, abordando tanto las habilidades prácticas como intelectuales y morales necesarias para una labor ética y profesional en la redacción
- ♦ Estudiar los diferentes tipos de periodismo, como el periodismo de investigación, de precisión y de servicio, reconociendo sus características específicas y el impacto que tienen en la sociedad
- ♦ Investigar el papel del periódico como actor político y social, analizando su influencia en la comunicación política, su función de mediador y sus relaciones con otros actores sociales dentro del contexto de las políticas comunicativas



## **Módulo 2. Teoría de la Publicidad**

- ♦ Explicar los fundamentos básicos de la publicidad y su relación con el marketing, diferenciando conceptos como mercadotecnia, publicidad, relaciones públicas y propaganda, así como su impacto social en la actualidad
- ♦ Analizar la evolución histórica de la publicidad, desde su origen y el impacto de la Revolución Industrial hasta el desarrollo de la industria publicitaria en la era digital, incluyendo estudios de casos exitosos de marcas icónicas
- ♦ Identificar los principales actores de la industria publicitaria, como los anunciantes, agencias de publicidad y los receptores publicitarios, comprendiendo sus roles, funciones y la interacción entre ellos en la creación de campañas efectivas
- ♦ Describir el proceso de creación publicitaria, desde la concepción creativa hasta el desarrollo del manifiesto publicitario, incluyendo la estrategia creativa, la planificación de medios y la importancia de la creatividad en la elaboración de campañas exitosas

## **Módulo 3. Documentación Informativa**

- ♦ Analizar los fundamentos de la documentación como ciencia, comprendiendo su evolución histórica, el impacto de la sociedad de la información y el conocimiento, y la importancia de los centros de documentación en la gestión informativa
- ♦ Describir las principales fuentes y tipos de documentos utilizados en la documentación informativa, abordando los criterios de selección, análisis y catalogación, así como el papel de los lenguajes documentales en la organización de la información

- ♦ Explorar el proceso de análisis documental, desde la selección y clasificación de documentos hasta la indización, resumen y referencia, comprendiendo la importancia de estos procesos para la recuperación de información eficaz
- ♦ Examinar los diferentes tipos de documentación en los medios de comunicación, como la fotográfica, radiofónica y audiovisual, analizando sus características, el proceso de selección y los métodos de análisis documental aplicados a cada uno

## **Módulo 4. Comunicación visual**

- ♦ Explicar los fundamentos de la comunicación visual, abordando su alfabetización visual, las cualidades de los mensajes visuales y los principios básicos que rigen su selección, verificación y citación
- ♦ Analizar la evolución histórica de la comunicación visual, desde sus orígenes en la Prehistoria hasta los desarrollos en el Renacimiento y la influencia de la imprenta en Europa
- ♦ Describir el diseño gráfico como disciplina, sus aplicaciones en diversos ámbitos, y su relación con la comunicación visual, así como su interacción con el arte y el grafismo
- ♦ Examinar el significado de los mensajes visuales, explorando conceptos como la iconicidad, la plástica y la simbología, y cómo estos aspectos contribuyen a la interpretación de la imagen
- ♦ Explorar los elementos que influyen en la representación visual de la imagen, como su morfología, escala y proporción, y cómo estos factores afectan la percepción del mensaje
- ♦ Estudiar la composición visual en el diseño, analizando la sintaxis visual, el equilibrio y los elementos dinámicos, así como la aplicación de la normativa de composición en proyectos gráficos

### Módulo 5. Narrativa Audiovisual

- ♦ Definir y analizar los conceptos fundamentales de la narrativa audiovisual, explorando sus particularidades, el lenguaje audiovisual, y cómo la imagen y el sonido contribuyen al discurso en los medios audiovisuales
- ♦ Examinar la construcción del texto narrativo en los medios audiovisuales, estudiando las funciones del relato, las instancias enunciatoras, las tipologías de narradores, y cómo se manejan los conceptos de focalización y narratario en la narrativa audiovisual
- ♦ Explorar la historia y los ejes de la narración, analizando los aspectos fundamentales de la acción narrativa, el tiempo, el espacio, y el sonido, para comprender cómo se estructuran las narrativas audiovisuales
- ♦ Investigar la importancia del guion en la construcción del discurso audiovisual, considerando los diferentes géneros cinematográficos, el contraste entre el guion literario y técnico, y el papel de los personajes y el diálogo en el desarrollo de la narración

### Módulo 6. Comunicación Televisiva

- ♦ Analizar el mensaje en televisión, comprendiendo cómo la TV fusiona imagen dinámica y audio, y cómo se comunica un mensaje visual y sonoro de manera efectiva
- ♦ Estudiar la historia y evolución del medio televisivo, desde su origen hasta su desarrollo global, identificando los hitos más importantes que han moldeado la televisión moderna

- ♦ Explorar los géneros y formatos televisivos, analizando los diferentes tipos de contenido y sus características, así como los formatos que se utilizan en la televisión para estructurar la programación
- ♦ Investigar las técnicas de locución y expresión en televisión, comprendiendo la importancia de la locución y la expresión en la transmisión efectiva de los mensajes televisivos y cómo estas contribuyen a la narrativa y creatividad del medio

### Módulo 7. Periodismo Televisivo

- ♦ Comprender la organización de la redacción de una televisión, incluyendo la distribución de puestos y la estructura de cobertura informativa, para analizar el flujo y la eficiencia en la creación de contenidos noticiosos
- ♦ Examinar los diferentes tipos de informativos televisivos, tanto diarios como no diarios, con un enfoque en los programas estelares, informativos de fin de semana y excepcionales, así como los formatos híbridos como el infoentretenimiento
- ♦ Estudiar la producción de crónicas, reportajes y entrevistas televisivas, entendiendo sus características, tipos y el impacto que tienen en la narrativa informativa dentro de la televisión
- ♦ Investigar las técnicas de edición en televisión, analizando los diferentes tipos de edición y su importancia en la postproducción, para garantizar un producto final coherente y atractivo para la audiencia

### **Módulo 8. Periodismo Deportivo**

- ♦ Analizar la organización de la prensa deportiva, evaluando la calidad de la información, las fuentes y el lenguaje utilizado, además de la cobertura de temas locales y la credibilidad de la información deportiva
- ♦ Examinar la evolución de los géneros deportivos, observando cómo han pasado del papel a la web, de lo analógico a lo digital, y de la información a la opinión, destacando la estructura y el lenguaje que emplean
- ♦ Investigar los elementos que conforman las piezas interpretativas en el periodismo deportivo, tales como las crónicas, reportajes y entrevistas, y su importancia en la comunicación de eventos deportivos.
- ♦ Estudiar la programación deportiva en televisión, enfocándose en su evolución, las retransmisiones, el espectáculo como estrategia, y el uso de la tecnología en la difusión de contenido deportivo
- ♦ Observar las tendencias y formatos actuales en la radio deportiva, evaluando los contenidos, el archivo sonoro y los reportajes para una radio bajo demanda, y cómo han influido en el periodismo radiofónico
- ♦ Investigar el papel de las imágenes en el periodismo deportivo, comprendiendo la mediatización del deporte, el fotoperiodismo deportivo, la imagen en movimiento y la especulación mediática del deporte

### **Módulo 9. Periodismo Cultural**

- ♦ Analizar las fuentes y los objetivos del periodismo cultural en los medios audiovisuales, explorando su función en la difusión cultural y su adaptación al entorno digital
- ♦ Estudiar los programas y géneros del periodismo cultural en medios lineales y no lineales, identificando sus características y cómo se han adaptado a los cambios tecnológicos en la radio y televisión
- ♦ Desarrollar habilidades de narratología en el periodismo cultural, comprendiendo cómo estructurar y contar historias de forma atractiva y efectiva para el público
- ♦ Evaluar la importancia de la creatividad y el rigor informativo en el periodismo cultural, asegurando una narrativa que mantenga la integridad informativa y atraiga al público a través de un estilo único
- ♦ Investigar cómo las redes sociales y otros medios digitales gestionan la distribución del periodismo cultural, comprendiendo la interacción entre los contenidos y el público en plataformas como Facebook, X, e Instagram
- ♦ Aplicar técnicas de posicionamiento web (SEO, SEM, SMO, SMM y SERM) en el periodismo cultural, maximizando la visibilidad y el impacto de los contenidos culturales en línea



### Módulo 10. Empresa Informativa

- ♦ Comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la empresa informativa, analizando sus características y los tipos existentes de empresas periodísticas
- ♦ Estudiar la organización de una empresa informativa, identificando los modelos de estructuras organizativas y los procesos necesarios para su correcta gestión interna
- ♦ Examinar la estructura multimedia de las empresas informativas y cómo se desarrollan hacia conglomerados multimedia, así como las causas y consecuencias de la concentración de medios
- ♦ Analizar los procesos de comercialización en las empresas informativas, diferenciando entre la comercialización en medios tradicionales y digitales, y entendiendo los canales de distribución aplicados
- ♦ Desarrollar un entendimiento de los ingresos y gastos en las empresas informativas, considerando el ciclo de producción y la estructura económica del medio informativo en el entorno actual
- ♦ Explorar los aspectos clave en la creación de una empresa informativa y la planificación estratégica, incluyendo el emprendimiento, el autoempleo y la mercadotecnia aplicada en el sector informativo

05

# Salidas profesionales

Este Máster Título Propio ofrecerá una oportunidad única para quienes desean consolidar una carrera sólida y versátil en el ámbito audiovisual. En primer lugar, este programa preparará a los profesionales para desenvolverse con eficacia en un mercado mediático cada vez más competitivo y en constante evolución. Además, al combinar conocimientos teóricos con práctica especializada, el posgrado habilitará a sus egresados para acceder a una amplia variedad de salidas profesionales, tales como la presentación y producción de informativos, la realización de reportajes, la gestión de contenidos audiovisuales y la dirección de proyectos televisivos.





“

*Ampliarás tus conocimientos de manera progresiva a través de una estrategia exitosa, que garantiza resultados sólidos y adaptados a los desafíos del entorno actual”*

### Perfil del egresado

El egresado que concluya esta titulación universitaria estará preparado para desempeñarse con éxito en el ámbito de la difusión informativa y la comunicación. De este modo, contará con una visión integral y actualizada de las herramientas y tendencias del sector, lo que le permitirá adaptarse a los constantes cambios del entorno digital. Asimismo, desarrollará habilidades analíticas y críticas que le posibilitarán abordar temas culturales, deportivos y empresariales con rigor y creatividad.

*Aplicarás tus habilidades en medios de comunicación, producciones televisivas y plataformas digitales, ¡transforma tu impacto en el mundo del periodismo!*

- ♦ **Gestión de Contenido Multimedia:** Organizar y administrar contenido en múltiples formatos (texto, video, audio), adaptándolo a los distintos tipos de plataformas de comunicación, con un enfoque eficaz en el uso de tecnologías modernas
- ♦ **Narrativa Visual y Sonora:** Construir relatos a través de elementos visuales y sonoros que logren captar la atención del público, combinando imágenes, sonidos y guiones de manera coherente para crear una experiencia inmersiva
- ♦ **Análisis Crítico de la Información:** Evaluar la autenticidad y relevancia de las fuentes de información, contrastando datos y verificando hechos, asegurando que todo contenido producido sea preciso, ético y confiable
- ♦ **Adaptación a Nuevas Tecnologías:** Dominar herramientas digitales avanzadas y la capacidad de ajustarse rápidamente a las nuevas tendencias y tecnologías en medios





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

- 1. Productor de Contenidos Audiovisuales:** Encargado de planificar, coordinar y supervisar la creación de contenido audiovisual para programas de televisión, documentales, o plataformas digitales, garantizando la coherencia del mensaje y el enfoque adecuado.
- 2. Periodista Digital:** Desarrollador y gestor de contenidos informativos para plataformas digitales, adaptando los mensajes a los diferentes formatos y audiencias, y utilizando las herramientas más actuales de la web para la distribución de la información.
- 3. Editor de Medios de Comunicación:** Supervisor y gestor de la calidad y coherencia editorial en la publicación de contenidos en medios digitales y tradicionales, asegurando que se mantenga el estilo y los estándares informativos.
- 4. Community Manager:** Gestor de la presencia online de marcas, medios o personalidades, creando y manteniendo una relación dinámica con las audiencias a través de redes sociales y otras plataformas digitales.
- 5. Jefe de Redacción:** Líder del equipo editorial de un medio informativo, coordinando la elaboración de contenidos, gestionando la calidad de la información y garantizando el cumplimiento de los plazos y estándares de producción.
- 6. Periodista de Investigación Digital:** Realizador de investigaciones profundas en plataformas digitales, recopilando información de diversas fuentes y realizando análisis exhaustivos para crear reportajes o artículos informativos sobre temas de relevancia pública.
- 7. Analista de Medios y Audiencia:** Indagador sobre el impacto de los contenidos mediáticos, analizando las tendencias y comportamientos de la audiencia para mejorar la estrategia informativa y comercial de los medios.
- 8. Consultor de Comunicación Digital:** Asesor experimentado para empresas, marcas o medios en el ámbito de la comunicación digital, desarrollando estrategias para optimizar su presencia online y mejorar la interacción con su público.



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.

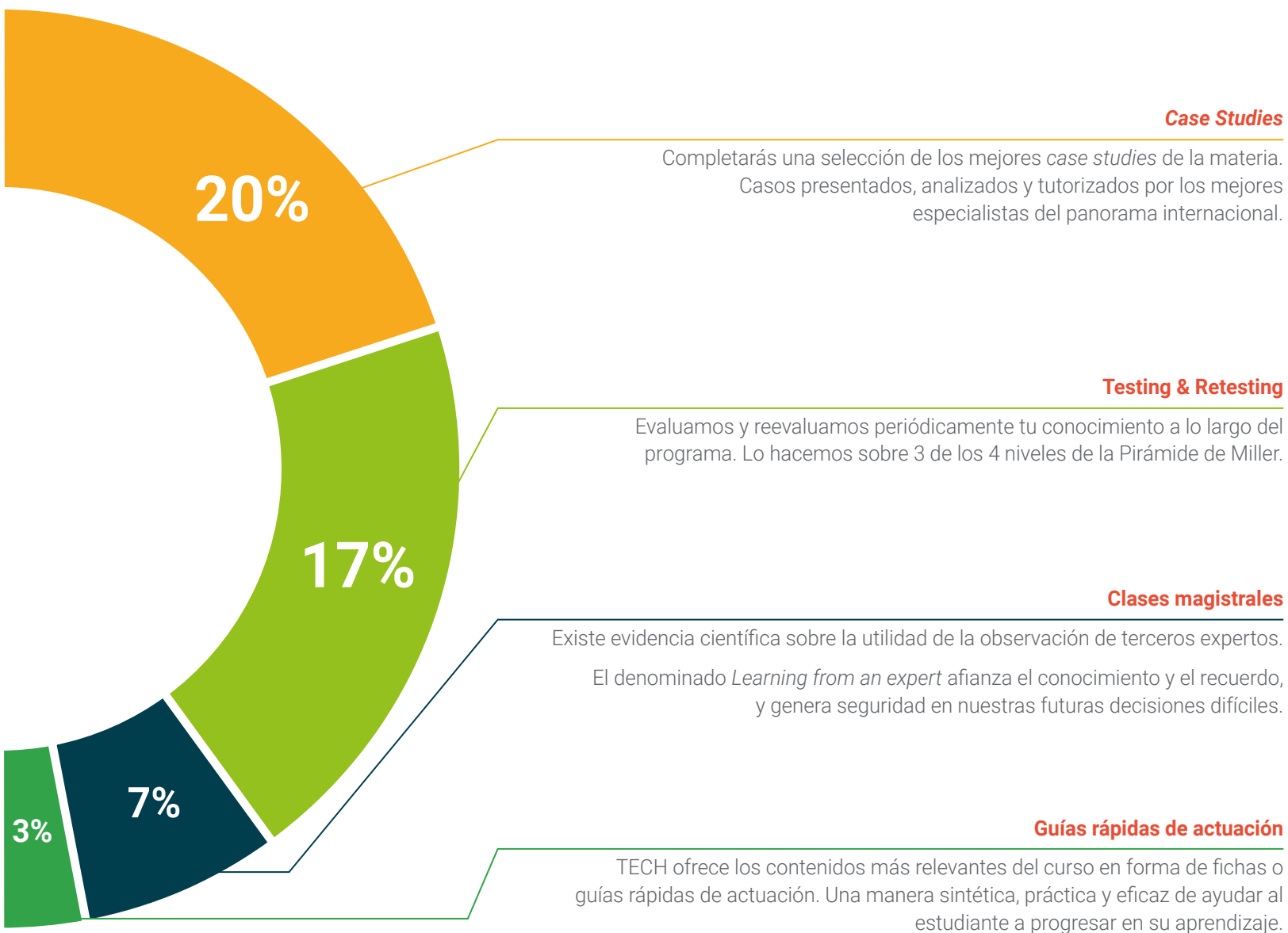
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### 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

Los docentes encargados de impartir este programa universitario son profesionales altamente calificados y especializados en el campo del Periodismo de Televisión, con una amplia experiencia tanto en el sector de los medios, como en el ámbito académico. Seleccionados por su destacada trayectoria y contribuciones al campo, estos expertos ofrecerán conocimientos actualizados y prácticas directamente aplicables al entorno profesional. Además, su enfoque pedagógico integrará de manera efectiva la teoría y la práctica, lo que permitirá a los egresados no solo adquirir habilidades específicas, sino también desarrollar un pensamiento crítico.





“

*Expertos de renombre te brindarán  
los conocimientos actuales para  
enfrentar los retos del Periodismo  
de Televisión con excelencia”*



## Director Invitado Internacional

Chris Rogers es un destacado **Periodista de Investigación y Presentador**, con una amplia experiencia en el **Periodismo de Emisión, producción de documentales y programas de actualidad**. De hecho, su pasión por crear contenido impactante lo ha llevado a ganar numerosos **premios**, incluyendo un **BAFTA** y múltiples nominaciones al **EMMY**.

En este sentido, ha sido clave en el **desarrollo, producción y dirección de documentales de investigación y observación**, así como de **programas de actualidad** para importantes redes, como la **BBC, ITV y Sky**. Además, su contribución más destacada ha sido la creación y **producción ejecutiva** del programa galardonado con el **BAFTA "FYI: For Your Info"**, para Sky News, el cual ha recibido reconocimiento por su cobertura original y su impacto en la **conciencia pública** sobre temas de rigurosa **actualidad**. Aparte de su trabajo en televisión, Chris Rogers ha incursionado en la Radio, con créditos en emisoras como **LBC, BBC Five Live, BBC Radio London y BBC World Service**.

Cabe destacar que su trabajo ha abordado temas sensibles, como **violaciones de los Derechos Humanos, guerra, crimen, política y asuntos sociales**, generando un impacto significativo a nivel **internacional**. En este sentido, ha sido reconocido por sus **investigaciones encubiertas**, que han expuesto las condiciones inhumanas en **orfanatos de Rumanía y Turquía**, lo que ha provocado investigaciones a nivel europeo.

Igualmente, su documental **"Duchess and Daughters: The Secret Mission"**, en el que llevó encubiertas a la **Duquesa de York** y a sus hijas a comprobar las condiciones de estos **orfanatos** por sí mismas, como parte de su trabajo benéfico, ha desatado una tormenta diplomática y ha recibido mucha **atención internacional**. Además, su libro **"Undercover"** ha documentado estas investigaciones y se ha convertido en un éxito a pesar de los desafíos legales, alcanzando el récord de los diez más vendidos en **Amazon**.



## D. Rogers, Chris

---

- Productor y Director de Longform Investigations, en la BBC, Londres, Reino Unido
- Editor del programa *Breakfast with Eamonn Holmes*, en GB News
- Director Creativo y Productor Ejecutivo en Fresh Star Media
- Productor Ejecutivo y Editor del programa *FYI: For Your Info*, en Sky News
- Presentador de Radio de *Sunday Morning*, en Bauer Media Group
- Productor y Reportero de *ITV Tonight* (Serie de Documentales), en ITV Studios
- Presentador de *ITV News*, *ITV London Tonight/Today*, en ITN
- Presentador y Editor del programa *LBC Nightly News*, en Global
- Reportero de *Sky News* y Presentador de *Weekday Afternoons*, en Sky News
- Presentador de Noticias en *RI:SE (Sky Production)*, Channel 4
- Presentador de Radio de *Capital FM London*, en Global
- Presentador de Radio de *Hallam FM*, en Hallam FM & Greatest Hits Radio
- Autor del libro *"Undercover"*
- Galardonado con el premio BAFTA
- Licenciado en Comunicación y Estudios de Medios por la Facultad de Artes del Sureste de Essex, Reino Unido



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

08

# Titulación

El Máster Título Propio en Periodismo de 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 Periodismo de 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.

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

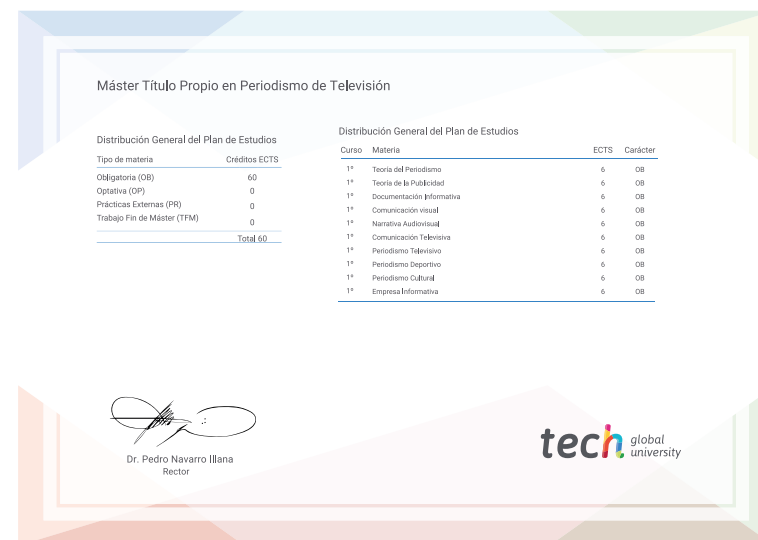


Título: **Máster Título Propio en Periodismo de Televisión**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**





futuro  
salud confianza personas  
educación información tutores  
garantía acreditación enseñanza  
instituciones tecnología aprendizaje  
comunidad compromiso  
atención personalizada innovación  
conocimiento presente calidad  
desarrollo web form  
aula virtual idiomas



## Máster Título Propio Periodismo de Televisión

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

# Máster Título Propio

## Periodismo de Televisión

Aval/Membresía



Society of Professional  
Journalists



**tech** global  
university