

Mastère Spécialisé

Journalisme Économique





Mastère Spécialisé Journalisme Économique

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-comunication/master/master-journalisme-economique

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Direction de la formation

page 18

05

Structure et contenu

page 26

06

Méthodologie

page 36

07

Diplôme

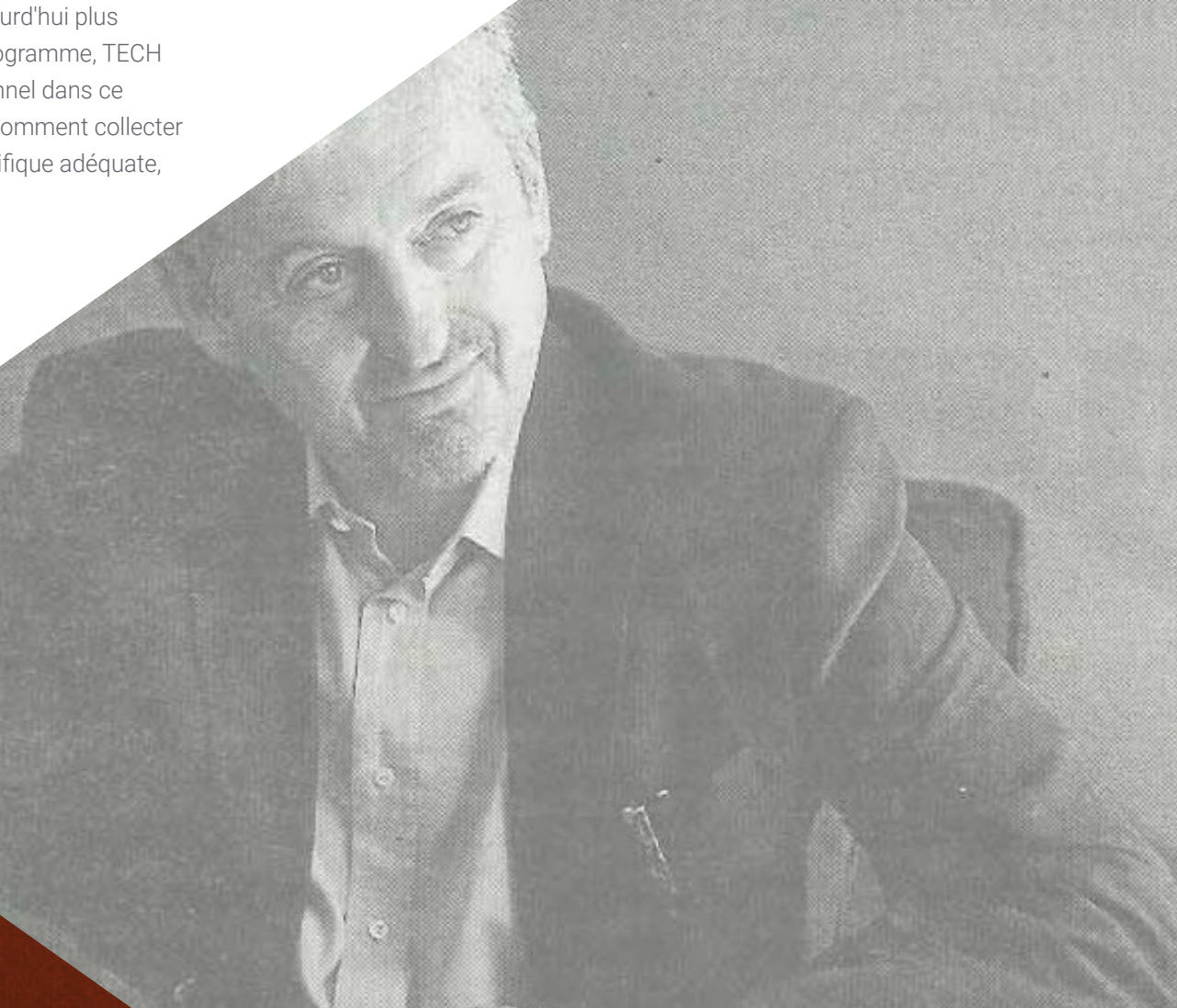
page 44

01

Présentation

Ces dernières années, le journalisme économique est devenu l'une des spécialités de communication les plus demandées dans les salles de rédaction de tous les médias, en raison du grand intérêt qu'il suscite auprès du public et des répercussions, ainsi que du suivi, que ces informations spécialisées ont sur l'opinion publique, aujourd'hui plus encore en raison de la pandémie et des effets du coronavirus. Dans ce programme, TECH Université Technologique a rassemblé tous les contenus que le professionnel dans ce domaine doit maîtriser pour devenir un journaliste économique, sachant comment collecter et transmettre des données avec la capacité d'effectuer une analyse spécifique adéquate, devenant ainsi un spécialiste dans ce domaine.

«sin
financiar proye



oxígeno»
ectos

50.000 millones de euros el dinero 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

blica. ¿Acuden las instituciones públicas, empresas y universidades a las puertas en esas áreas? ¿Son los que la

grifo d

R c

sistema bancario. Hemos mantenido una actividad constante a pesar de todo. Es el principal receptor de las líneas 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 y el comercio de

P ¿E

c

“

Acquérir la capacité de travailler en tant que spécialiste du journalisme économique, avec un programme de haute qualité qui vous fournira les compétences d'un professionnel de haut niveau"

L'actualité économique occupe aujourd'hui une plus grande place dans les médias. Presque tous les jours, les journaux télévisés et radiophoniques, les premières pages de la presse, les journaux en ligne et les agences de presse ouvrent leurs espaces à des informations liées au journalisme économique: données sur le chômage, hausse ou baisse de la TVA, licenciements dans les entreprises, création de nouvelles opportunités d'emploi, etc.

En politique, même dans le sport et dans différents secteurs de la société, en particulier dans le monde des affaires, l'économie, son importance et son influence suscitent un grand intérêt. La création d'emplois ou les licenciements sont toujours des nouvelles d'intérêt social, qui ont des répercussions et sont appréciées par les partis politiques, les syndicats, les employeurs et les travailleurs eux-mêmes. Lorsque l'économie est en croissance, il y a un "optimisme social"; au contraire, lorsque l'économie est en crise et en déclin, la société devient pessimiste et presque dépressive.

Pour communiquer efficacement dans ce domaine, le professionnel du journalisme a besoin d'une formation spécifique qui lui permette de comprendre les données qu'il va traiter, d'être capable d'analyser l'information de manière adéquate, de créer des articles journalistiques qui incluent des graphiques économiques et d'autres formes visuelles de compilation de l'information.

Le contenu des modules analyse les origines du journalisme économique, les techniques les plus utiles pour obtenir des informations, leurs sources et le travail du journaliste spécialisé dans cette information. Tout cela est présenté à travers des ressources audiovisuelles, des lectures complémentaires et des exercices pratiques utilisant la méthodologie *Relearning*, qui met l'accent sur l'apprentissage dynamique et laisse de côté les longues heures d'étude et de mémorisation.

Ce **Mastère Spécialisé en Journalisme Économique** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Journalisme Économique
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du programme fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Des exercices pratiques afin d'effectuer un processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Inscrivez une formation spécifique en journalisme économique sur votre CV et donnez à votre carrière professionnelle un élan vers l'excellence"

“

Un programme soutenu par les meilleures technologies, qui vous permettra d'apprendre de manière fluide et efficace”

L'équipe d'enseignants du programme de journalisme économique possède une grande expérience de l'enseignement universitaire, tant dans les programmes de premier que de deuxième cycle. En outre, ils offrent au programme leur vision de professionnels en activité, ce qui leur permet d'acquérir une connaissance de première main de la profonde transformation que connaît le secteur de la communication.

La méthodologie des Mastère Spécialisé proposés à TECH Université Technologique, dans un format en ligne, permet de faire tomber les barrières imposées par les obligations professionnelles et le difficile équilibre entre travail et vie personnelle. L'accès à la formation en face à face est pratiquement impossible pour ceux qui sont impliqués dans les exigences quotidiennes du travail. C'est pourquoi ce programme est la réponse de qualité à leurs besoins de formation.

L'ensemble de cette formation fait de ce programme un diplôme de spécialisation en journalisme économique qui rassemble tous les aspects pertinents et essentiels pour transformer le professionnel du journalisme en un véritable expert dans les domaines liés à ce type d'information.

De la manière de raconter des histoires aux sources d'informations économiques que vous devez traiter, ce programme vous fournit tous les outils dont vous avez besoin.

Progresser dans l'un des domaines les plus intéressants du journalisme en bénéficiant de la sécurité de la plus grande Université en ligne au monde.



02

Objectifs

Le programme en journalisme économique est conçu pour permettre aux professionnels du journalisme de développer leur carrière dans ce domaine de manière optimale. Pour ce faire, nous avons développé le contenu théorique essentiel qui vous dotera des connaissances et des outils nécessaires pour passer à la pratique, laquelle sera développée de manière intensive tout au long de la formation.



“

Un processus hautement qualifié qui vous permettra d'acquérir les routines de travail nécessaires pour planifier, obtenir et transmettre des informations économiques avec une qualité d'expert"



Objectifs généraux

- ♦ Établir les bases théoriques permettant de comprendre l'importance du journalisme économique comme l'un des principaux aspects du journalisme spécialisé
- ♦ Fournir les outils de base pour comprendre le besoin de spécialisation journalistique en tant que valeur élémentaire dans la perspective future du journalisme
- ♦ Examiner les caractéristiques des magazines spécialisés en tant que support et véhicule pour la transmission d'informations économiques et commerciales
- ♦ Analyser l'importance de l'information économique en raison de sa transcendance publique et de son intérêt pour la société
- ♦ Analyser l'importance de l'information économique en raison de sa transcendance publique et de son intérêt pour la société
- ♦ Analyser les différences importantes auxquelles les journalistes doivent faire face lors de la préparation de l'information économique, en fonction du média dans lequel elle doit être diffusée
- ♦ Générer des connaissances avancées afin que le journaliste spécialisé dans le journalisme économique puisse élaborer chacun des genres journalistiques qui seront utilisés, en montrant les outils pour le travail quotidien
- ♦ Montrer comment un journal local et non spécialisé traite les questions économiques
- ♦ Déterminer les facteurs conditionnant l'actualité économique, à la fois dans le choix des sujets et dans la manière de les traiter
- ♦ Montrer comment un correspondant travaille dans le domaine économique
- ♦ Montrer comment les informations économiques sont sélectionnées et traitées dans la presse étrangère
- ♦ Expliquer la fonction du notariat comme facteur de sécurité juridique et économique
- ♦ Montrer les fonctions d'un bureau de presse notariale et leur impact sur la presse économique
- ♦ Examen du cadre socio-économique dans lequel s'inscrivent les activités sportives
- ♦ Assimiler les différents modèles économiques associés au sport
- ♦ Reconnaître l'impact de l'activité économique du sport sur d'autres aspects de la société
- ♦ Améliorer la qualité du journalisme financier en formant des personnes capables de comprendre, d'analyser, d'interpréter et de rendre compte des processus financiers dans le pays et dans le monde
- ♦ Analyser et apprendre à connaître le secteur de la pêche et ses institutions afin de faire des reportages dans la section économique d'un média
- ♦ Traiter la terminologie spécifique du secteur de la pêche dans le domaine de l'économie
- ♦ Générer des connaissances spécialisées sur la diffusion de l'actualité de la pêche dans les médias
- ♦ Identifier les concepts pertinents dans les principaux domaines de connaissance de l'économie et des affaires
- ♦ Définir la terminologie clé qui évite toute confusion pour le lecteur, le spécialiste de l'économie et de l'entreprise, et établir les lignes directrices que le rédacteur doit suivre lorsqu'il présente les idées principales
- ♦ Approfondir la spécialisation dans la terminologie des affaires et de l'économie, ainsi que l'identification des domaines de connaissance sous-jacents et pertinents
- ♦ Présenter et proposer un glossaire actualisé des termes économiques et commerciaux qui permettra le développement autonome et spécialisé du travail de préparation d'un texte correct



Objectifs spécifiques

Module 1. Journalisme Économique

- ♦ Fournir les notions de base du journalisme spécialisé et du journalisme économique
- ♦ Comprendre la nécessité de la spécialisation journalistique en tant qu'outil permettant de différencier le journalisme dans un contexte d'"infoxication"
- ♦ Développer des concepts fondamentaux pour la compréhension du journalisme économique
- ♦ Connaître la perspective historique afin de comprendre la situation actuelle et de visualiser les perspectives d'avenir du journalisme économique

Module 2. Le journalisme économique dans les magazines spécialisés

- ♦ Responsabiliser les journalistes économiques dans leur travail pédagogique pour expliquer et rendre l'information compréhensible et attrayante pour le grand public
- ♦ Spécialiser le journaliste économique dans l'élaboration des différents genres journalistiques qui ont leur place dans un magazine spécialisé
- ♦ Montrer les avantages d'un reportage économique dans un magazine spécialisé par rapport à d'autres médias généralistes

Module 3. Le journalisme économique dans les médias audiovisuels

- ♦ Discerner le genre journalistique auquel le professionnel doit faire face à chaque moment et le langage à utiliser dans chacun d'eux
- ♦ Montrer comment élaborer et préparer l'information pour qu'elle soit accessible au grand public à l'aide d'outils spécifiques
- ♦ Initier l'étudiant au positionnement SEO et à l'utilisation des *Keywords* dans l'information économique

Module 4. Le journalisme économique dans un journal local

- ♦ Faire la différence entre les informations objectives et les reportages conditionnés
- ♦ Montrer quelques-unes des routines informatives (et des vices) dans les nouvelles économiques
- ♦ Analyser dans quelle mesure la quantification du langage économique a influencé le journalisme local
- ♦ Rapprocher l'étudiant d'une réalité du journaliste économique très éloignée de la vision que l'on peut en avoir dans les films, séries et autres œuvres de fiction
- ♦ Fournir à l'étudiant les outils nécessaires pour se forger ses propres critères sur les nouvelles économiques qui apparaissent dans les médias locaux
- ♦ Souligner la traduction de la macroéconomie en microéconomie par le journalisme local

Module 5. Le journalisme économique dans les médias étrangers

- ♦ Examiner la chaîne de transmission de l'information économique dans les médias étrangers, le choix des sujets et les limites imposées
- ♦ Montrer la réalité du travail des correspondants économiques, leurs contraintes, difficultés, défis et obligations
- ♦ Analyser comment les entreprises les plus pertinentes sont mises en valeur et comment elles sont suivies
- ♦ Initier le journaliste professionnel aux nuances du journalisme économique pour les médias étrangers, de la macroéconomie à la microéconomie, et à l'importance de la pédagogie
- ♦ Développer les clés du journalisme économique de terrain en temps de crise

Module 6. Le journalisme économique et le notariat

- ♦ Expliquer les fonctions du notaire en tant qu'officier public impartial qui assiste, conseille et garantit la sécurité juridique et économique dont le public a besoin
- ♦ Définir le profil professionnel du journaliste du service de presse d'une association professionnelle qui traite quotidiennement des données économiques
- ♦ Décrire l'importance des nouvelles technologies dans le notariat et le travail fondamental du *Community Manager* au sein de l'organisation
- ♦ Montrer comment les données économiques issues des statistiques notariales sont quotidiennement reprises dans la rubrique économique des médias
- ♦ Expliquer comment le notariat s'adresse aux consommateurs pour défendre leurs droits dans des procédures aussi courantes que l'achat d'un logement, la signature d'un prêt hypothécaire ou le traitement d'une succession, entre autres

Module 7. Journalisme, économie et sport

- ♦ Analyser les différentes manières dont les entreprises sportives sont structurées et comment elles deviennent les principaux acteurs d'une entreprise macroéconomique
- ♦ Examiner l'importance médiatique du sport et ses répercussions sociales
- ♦ Considérer et réfléchir aux impacts économiques majeurs générés par certains événements sportifs
- ♦ Étudier le nouveau journalisme sportif et l'importance des réseaux sociaux dans celui-ci

Module 8. Journalisme économique dans le secteur bancaire

- ♦ Former des journalistes spécialisés dans les questions financières pour qu'ils soient capables de comprendre et d'analyser les faits avec rigueur
- ♦ Améliorer la capacité à synthétiser et à interpréter les données économiques afin de produire des informations économiques objectives
- ♦ Mieux comprendre le secteur financier, son histoire, le contexte actuel et les leviers de communication pour produire de l'information économique
- ♦ Améliorer la qualité de l'information économique diffusée par les médias

Module 9. Le journalisme économique et le secteur primaire. Le secteur de la pêche dans la presse économique

- ♦ Analyser la structure d'information de la Fédération nationale des corporations de pêcheurs dans la presse économique
- ♦ Approcher la stratégie d'information des bureaux de presse du secteur de la pêche
- ♦ Approfondir le travail d'information d'un journaliste spécialisé dans le secteur de la pêche
- ♦ Traiter l'actualité de la pêche dans les revues économiques spécialisées

Module 10. Concepts et terminologie de l'économie et de l'entreprise

- ♦ Approfondir et identifier la terminologie de l'économie générale, de la macroéconomie et de la microéconomie, afin de contextualiser la situation économique actuelle et son influence sur la société et les entreprises
- ♦ Présenter les organisations et les entreprises à travers leur terminologie, ainsi que les principales relations avec leur environnement et les autres organisations
- ♦ Identifier le rôle de la finance, des marchés financiers et de la bourse dans l'économie d'aujourd'hui et leur pertinence dans la société et dans les entreprises
- ♦ Définir la comptabilité à travers sa terminologie, en tant qu'instrument clé de la gestion, de la fiscalité, de la présentation des états financiers et de la détermination de la rentabilité des entreprises



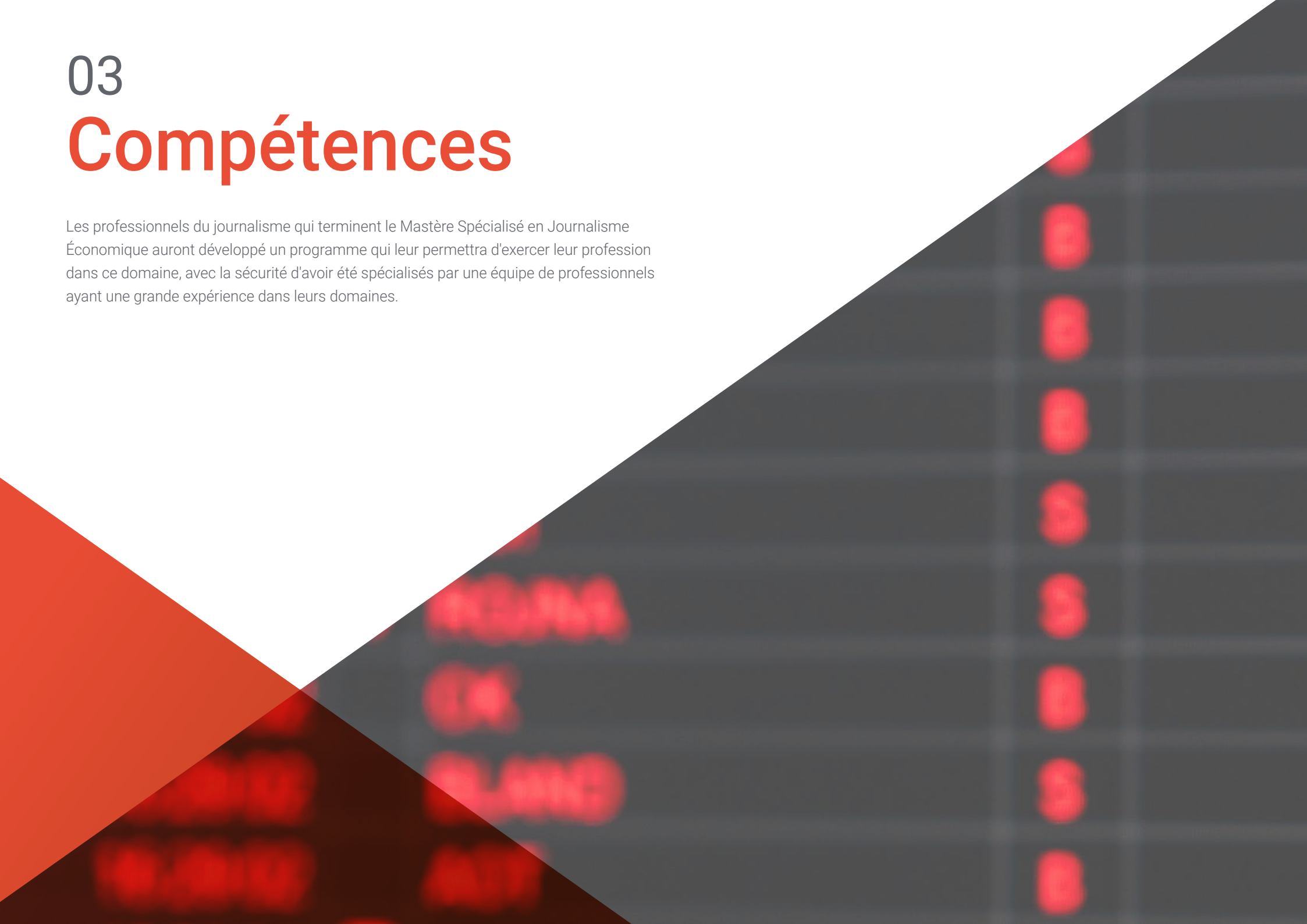
“

Notre objectif est simple: vous offrir un programme de haute qualité, avec les ressources pédagogiques les plus développées afin que vous puissiez obtenir les meilleurs résultats avec peu d'efforts"

03

Compétences

Les professionnels du journalisme qui terminent le Mastère Spécialisé en Journalisme Économique auront développé un programme qui leur permettra d'exercer leur profession dans ce domaine, avec la sécurité d'avoir été spécialisés par une équipe de professionnels ayant une grande expérience dans leurs domaines.



“

Apprenez à travailler dans le domaine économique en tant qu'expert, grâce à cette formation complète qui vous permettra de maîtriser les outils et les méthodes de travail spécifiques à ce domaine"



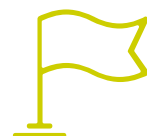
Compétences générales

- Agir en tant que journaliste économique grâce à de véritables études de cas théoriques et pratiques
- Travailler avec confiance en tant que journaliste économique
- Agir en toute sérénité en tant que journaliste dans les bureaux de communication

“

Actualisez-vous dans tous les domaines de la communication journalistique dans les différents domaines de l'économie avec ce programme complet qui vous permettra de maîtriser tous les nouveaux processus et méthodes de travail"





Compétences spécifiques

- ♦ Manipuler le vocabulaire du journalisme économique
- ♦ Reconnaître les particularités du journalisme économique dans les magazines spécialisés
- ♦ Utiliser les outils du journalisme économique audiovisuel
- ♦ Agir en tant que journaliste économique dans un journal local
- ♦ Analyser le journalisme économique dans les médias étrangers
- ♦ Agir avec solvabilité dans le journalisme économique et le notariat
- ♦ Posséder une large connaissance du journalisme, de l'économie et du sport
- ♦ Connaître les tenants et aboutissants du journalisme économique lié au secteur primaire
- ♦ Maîtriser les concepts de la communication d'entreprise

04

Direction de la formation

Le programme de journalisme économique est enseigné par des professionnels du secteur, dotés d'une vaste expérience en matière de journalisme et d'enseignement, qui s'efforceront de donner aux étudiants une vision actualisée et proche de la profession. C'est pourquoi un programme de formation a été conçu, qui met l'accent sur le développement professionnel dans une perspective totalement adaptée à la réalité du secteur.



“

Apprenez auprès d'experts en la matière et commencez à évoluer dans une profession dynamique et intéressante"

Direction



Dr Ronda Iglesias, Javier

- ♦ Journaliste responsable de "Sucesos y Tribunales" sur Canal Sur Radio
- ♦ Présidente de la Gestora de l'Association de la presse du Campo de Gibraltar
- ♦ Professeur associé à la faculté de communication de l'Université de Séville
- ♦ Chercheur
- ♦ Auteur du livre Vecino de Guardia, Tricornio de Guardia et Manual de Periodismo Judicial de l'Université de Séville
- ♦ Docteur en journalisme et communication de l'Université de Séville
- ♦ Diplômé en sciences de l'information. Université de Seville
- ♦ Diplôme de droit de l'Université Ouberta de Catalogne
- ♦ Il a reçu la distinction "Soldat d'honneur" de l'UME (Unité militaire d'urgence) du ministère de la défense. Base de Morón de la Frontera, Séville
- ♦ Prix national de la Guardia Civil dans la modalité radio
- ♦ Membre de: Association de la presse de Séville, FAPE et Association des communicateurs et informateurs juridiques



Dr Campra García de Viguera, María de los Ángeles

- ♦ Directrice et conseillère en communication
- ♦ Directrice de la communication de l'Association des chefs et gestionnaires de la police locale d'Andalousie, AJDEPLA
- ♦ Directrice de la communication de la Casa de Galicia à Séville, Lar Gallego
- ♦ Directrice de la communication de la clinique d'esthétique GOLDEN
- ♦ Directrice de la communication de la Fondation +21
- ♦ Directeur de la communication de la Fédération nationale des guildes de pêcheurs
- ♦ Conseillère en communication de Unixa Abogados y Consultores
- ♦ Doctorat en journalisme et communication de l'Université de Séville
- ♦ Diplôme en sciences de la communication de l'Université Camilo José Cela, Madrid
- ♦ Intervenante à l'UNED de Ceuta en tant qu'expert en cabinets de communication dans le Certificat d'été "Image et pouvoir des médias"
- ♦ Intervenante à l'UNED de Ceuta en tant qu'experte dans les cabinets de communication lors de la conférence "La violence de genre et les médias"

Professeurs

Mme González Morales, Cristina

- ♦ Rédactrice et reporter à Televisión Canaria
- ♦ Reporter à Informativos Telecinco
- ♦ Rédactrice et présentatrice à Canarias Radio La Autónoma
- ♦ Diplômée en journalisme et communication audiovisuelle de l'Université de Séville

M. Figuero Benítez, Juan Carlos

- ♦ Journaliste spécialisé dans la communication institutionnelle et politique
- ♦ Journaliste du département éditorial de GN10 DIGITAL NEWS
- ♦ Diplôme de journalisme de l'Université de Séville
- ♦ Maîtrise en communication institutionnelle et politique de l'Université de Séville

Mme Gimeno Pons, Carolina

- ♦ Responsable de la communication de l'Association des notaires de Valence
- ♦ Chef du département de la communication et des relations institutionnelles de l'Association des notaires de Valence
- ♦ Responsable de la communication de Dos Rodes BMW Motorrad
- ♦ Responsable de la communication de la Plate-forme des personnes affectées par la nouvelle loi sur les taxis
- ♦ Directeur de la communication de Civa Relaciones Públicas
- ♦ Journaliste pour l'agence EFE
- ♦ Rédacteur à Canal 9 RTVV
- ♦ Diplômée en sciences de l'information : Journalisme à l'Université CEU Cardenal Herrera de Valence

M. Lorenzo Pérez, Adrián

- ♦ Spécialiste de la communication et des relations institutionnelles à la CECABANK et à la CECA
- ♦ Consultant en communication chez Pulpomatic
- ♦ Spécialiste en communication d'entreprise chez BBVA
- ♦ Consultant chez Sanchis&Asociados
- ♦ Rédacteur au Faro de Vigo
- ♦ Rédacteur à La Voz de Galicia
- ♦ Diplôme en sciences politiques et administration de l'Universidad Nacional de Educación a Distancia (Université nationale d'enseignement à distance)
- ♦ Diplôme en journalisme de l'Université de Saint-Jacques-de-Compostelle
- ♦ Maîtrise en communication politique de la Fondation José Ortega y Gasset
- ♦ Maîtrise en marketing, conseil et communication politique de l'Université de Saint-Jacques-de-Compostelle

Mme Balbontín Valle, Patricia

- ♦ Rédacteur en chef d'Andalucía Económica
- ♦ Coordinateur du magazine Para Vivir Andalucía
- ♦ Collaborateur de l'entreprise Magnum Comunicación, qui réalise des travaux de communication externe pour certaines entreprises
- ♦ Rédacteur de la section locale du journal La Voz de Huelva
- ♦ ABC, Huelva Diplômé en sciences de la communication de l'Université de Séville
- ♦ Diplômé en sciences de la communication de l'Université de Séville
- ♦ Connaissance de la mise en page InDesign et de Wordpress

M. García Latorre, Andrés

- ♦ Rédacteur en chef et coordinateur du journal La Voz de Cádiz
- ♦ Reporter à El Correo de Andalucía
- ♦ Rédacteur et diffuseur à la Cadena SER
- ♦ Certificat Avancé en Gestion Communautaire par l'Université Nationale d'Education à Distance
- ♦ Diplômé en journalisme de l'Université de Séville

Dr Martínez Leyva, Mónica

- ♦ Journaliste spécialisée dans les médias audiovisuels
- ♦ Reporter dans le programme documentaire Centenarios sur Canal Sur TV
- ♦ Reporter de reportages et de directs pour Andalucía Directo sur Canal Sur TV
- ♦ Spécialiste du marketing numérique et du contenu chez Infoautónomos
- ♦ Rédacteur en chef à El Economista
- ♦ Doctorat en journalisme et communication de l'Université de Séville
- ♦ Maîtrise en communication institutionnelle et politique de l'Université de Séville
- ♦ Certificat Avancé en Communication de l'Université de Grenade



Mme Chamerois, Aurélie

- ♦ Co-fondatrice et responsable éditoriale d'Equinox
- ♦ Correspondante en Espagne pour des médias français tels que BFM TV, TV5 Monde, RTL et Ouest-France
- ♦ Journaliste à LN 24, Medi 1, Le JDD, France TV et TV5 Monde
- ♦ Collaborations ponctuelles avec des médias en Suisse, en Belgique et au Maroc
- ♦ Journaliste pour le magazine Bons Plans
- ♦ Journaliste pour Virgin Radio International Limited et NRJ GROUP
- ♦ Diplômé en civilisations anglo-saxonnes et hispaniques et en langues étrangères de l'Université de Bourgogne

M. Mateo Martín, Ignacio

- ♦ Développeur d'applications web chez ATOS
- ♦ Fondateur du magazine numérique La Paradinha
- ♦ Rédacteur à ABC de Sevilla dans la section Économie et dans la section Andalousie
- ♦ Rédacteur à Europa Press Andalucía
- ♦ Rédacteur au bureau de presse de l'Agencia de Medio Ambiente y Agua de Andalucía
- ♦ Rédacteur à l'Estadio Deportivo
- ♦ Diplômé en journalisme de l'Université de Séville
- ♦ Technicien supérieur en développement d'applications Web à l'IES Jacaranda
- ♦ Maîtrise officielle en relations internationales de l'Université Pablo de Olavide en collaboration avec l'Université internationale d'Andalousie

Dr Castañeda Taladríz, Margarita

- ♦ Responsable de la communication et de l'image de marque dans le secteur financier
- ♦ Responsable de la communication et de la marque. CECABANK
- ♦ Secrétaire adjoint au développement des entreprises. COAS
- ♦ Market Risk Analyst. Banque Santander
- ♦ Credit and Market Risk Analyst. Santander Investment
- ♦ Master Classes de la Cecabank et mentor dans les projets des étudiants en journalisme et en communication dans le cadre des études à l'étranger de l'Université Camilo José Cela (Madrid)
- ♦ Chargé de cours dans le cadre du Certificat en Risque de l'ESCA (ancienne école de formation bancaire de la Cecabank)
- ♦ Doctorat en économie quantitative de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Diplôme d'économie, de statistique et d'économétrie de l'Université Carlos III de Madrid

Dr Elipe Fernández, Carolina

- ♦ Membre du département Durabilité et relations avec les parties prenantes de CECA et Cecabank
- ♦ Membre du département de la responsabilité sociale des entreprises de CECA
- ♦ Collaboratrice du plan d'éducation financière (Banque d'Espagne et CNMV)
- ♦ Collaborateur du WSBI-ESBG
- ♦ Collaborateur du magazine Ahorro
- ♦ Diplômé en économie de l'Université Carlos III de Madrid
- ♦ Expert européen en responsabilité sociale des entreprises pour l'Association espagnole de la qualité



Mme Del Río Álvarez, María Jesús

- ♦ Archiviste des archives historiques de la CECA
- ♦ Bibliothécaire d'entreprise à la Cecaban
- ♦ Documentaliste et bibliothécaire à Docutera
- ♦ Conservatrice de l'exposition virtuelle de la CECA "Apprendre à sauver"
- ♦ Bibliothécaire dans des institutions universitaires telles que l'Université Complutense de Madrid, l'Université Camilo José Cela et l'Université CEU San Pablo
- ♦ Diplômée en documentation de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Diplômée en bibliothéconomie et documentation de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Membre de: Groupe de travail de la banque d'Espagne sur les "Archives Historique de la Banque", Consejo General de Archivos de la Comunidad de Madrid (membre), Groupe de travail de la Banque d'Espagne sur les "Archives historiques de la banque" et Conseil général des archives de la Communauté de Madrid (membre)

Mme Pérez Sigüenza, Marta

- ♦ Opérations de la chaîne d'approvisionnement chez Airbus Crisa
- ♦ Approvisionnement en matériaux composites chez Airbus
- ♦ Spécialiste des achats chez Tramas+
- ♦ Chargée de cours à l'Université Pablo de Olavide
- ♦ Docteur en gestion stratégique et commerce international de l'Université de Séville
- ♦ Double diplôme en commerce et en droit de l'Université Pablo de Olavide
- ♦ MBA de l'Université de Malaga
- ♦ Maîtrise en innovation et prise de décision de l'Université d'Alcalá

Dr Sánchez-Gey, Nuria

- ♦ Directrice de projet et responsable de la communication à la Fundación José Manuel Lara
- ♦ Journaliste, rédactrice en chef et reporter pour Informativos Telecinco
- ♦ Chargée de cours pour la licence en communication et la licence en communication numérique, au Centre Universitaire San Isidoro
- ♦ Chargé de cours dans le cadre du master en journalisme sportif, à la faculté de communication de l'Université de Séville
- ♦ Chargé de cours à l'école andalouse des reporters
- ♦ Doctorat interuniversitaire en communication à la faculté de communication de l'Université de Séville, dans le domaine du journalisme
- ♦ Licence en communication, journalisme, de la faculté des sciences de l'information de l'Université de Séville
- ♦ Diplôme d'études supérieures en journalisme de l'Université de Séville
- ♦ Séjour international en communication à l'Université de Lagos, Portugal

Mme González Martínez, Mónica

- ♦ Communication interne, transformation digitale et technicien de la marque : CECABANK et CECA
- ♦ Communication interne, transformation numérique et technicien de marque : CECABANK et CECA (Madrid)
- ♦ Contrôleur principal du risque de crédit, Confédération Espagnole de Caisses d'Épargne (Espagne)
- ♦ Back Office Dérivés OTC et Collatéraux à la Confédération Espagnole de Caisses d'Épargne
- ♦ Back Office Dérivés OTC chez GEOBAN
- ♦ Diplôme d'économie de l'Université autonome de Madrid
- ♦ Master exécutif en gestion des risques financiers à l'Instituto BME

05

Structure et contenu

Le contenu de cette formation a été élaboré par les différents professeurs de ce programme avec un objectif clair: faire en sorte que les étudiants acquièrent chacune des compétences nécessaires pour devenir de véritables experts en journalisme économique. Un condensé complet qui leur permettra d'apprendre tous les aspects des différentes disciplines impliquées dans ce domaine, avec la qualité d'un programme très bien structuré qui les mènera aux plus hauts standards de qualité et de succès.

... el estrado tras anunciar su dimisión, ayer en la sede de la FIFA

... pide ampliar la lucha contra el yihadismo a Libia

... CARLOS YÁRNOZ, París El Gobierno de España aboga por ampliar a Libia el "campo de actuación" de la coalición internacional que lucha contra el Estado Islámico. El ministro de Asuntos Exteriores español, José Manuel García-Margallo, declaró que Italia planteó esa posibilidad a los socios de la alianza durante la reunión celebrada ayer en París.

... España respalda el planteamiento italiano. El ministro no precisó los términos de la actuación que debería abordar la coalición, que lanzó una advertencia al Ejecutivo iraní para que lleve a cabo políticas más inclusivas hacia la comunidad suní. **Página 3 y 4**

... de mayo deja 207.328 parados menos que con el PSOE **p.26**

... recibe a los de España como sólo antes lo hizo con Isabel II **p.18**

... EL ARTICULO DE USSIA «Un año» **p.35**

... CRUCERO **250€ DE REGALO NIÑOS GRATIS** LOGITRAVEL.com

... La dimisión abre la vía a del fútbol mu

... Un congreso extraordinario de la FIFA. Admite que su m

... LUIS DONCEL, Berlín Ante una presión insostenible por los casos de corrupción denunciados por la fiscalía norteamericana, Joseph Blatter anunció ayer que deja la presidencia de la FIFA tan solo cuatro días después de haber sido reelegido con el apoyo de casi dos tercios de las federaciones de fútbol que integran el organismo, entre ellos el presidente de la española, Ángel María Villar. La votación del pasado viernes le permitió seguir cuatro años más al frente del fútbol mundial. **El congreso convocado para una nueva presidencia de la FIFA me re- «Pese a que la FIFA me re- ce que este apoyo de tod**

... EDITORIAL Hay que la FIFA

... La ley prohibirá tomar imágenes de detenidos

... El PP aprueba en el Congreso una reforma para evitar las "condenas de telediario"

... FERNANDO GARCÍA, Madrid La Ley de Enjuiciamiento Criminal 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 Hernando, que "la justicia se haga en las escalinillas 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 el PP el texto, que obliga a "asegurar el respeto a los derechos constitucionales al honor, intimidad e imagen" en el momento de la detención. **Página 23**

... HIP HA E 901 02 www. Y on lu

EL CORREO BIZKAIA Miércoles 03.06.15 Nº 33.545*130€

EL 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 CRÍTICO QUE CONTROLA A LOS PODEROSOS **POS**

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

Mayo ha cumplido con creces su tradicional papel de barómetro para el empleo por las contrataciones de cara a la temporada estival. Y esta vez lo ha hecho con cifras de récord. En Euzkadi ha borrado doscientos parados al día, mientras la Seguridad Social sumaba 7.600 afiliados más y 213.000 en el conjunto de España. **JESUS L. ORTIGUA P38 EDI. P38**

BUENOS VIENTOS IGNACIO MARCO-GARDOQUI **P39**

PSE. Cristina González, Mikel Torres, Inaki Arriola, Idoia Mendia, Miquel Àngel Morales y Begoña Gil.

PNV. Joseba Aurrekoetxea, Joseba Eggozar, Pilar García de Salazar, Andorra Ortuzar, Idoia Arizosa, Xabier Aguirre y Koldo Mediavilla.

elEconómico MIÉRCOLES 3 DE JUNIO DE 2015 EL DIARIO DE LOS QUE TON

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 Soria

El presidente Mariano Rajoy apuesta por los cambios que son necesarios en el Ejecutivo para poder afrontar con garantías las elecciones generales de finales de año. Esos movimientos pasarían por convertir al titular de Industria, José Manuel Soria, en un superministro que tome las riendas del área económica, cuando en unas semanas se produzca la crisis de Gobierno, sin descartar incluso que sea nombrado vicepresidente. Soria ya en el hombre que quiere vender' los votos. El ría, para ello, co-

INDUSTRIA CIFRA EN 3.000 MILLONES LAS AYUDAS AL CARBÓN

El Gobierno, esta op-

3

CATALANA TEMA DEL DIA *Páginas 2 a 4 y editorial

Una fila por los móviles

... locales, Trias, alcalde en funciones, promovió la firma del documento para que el MWC siga hasta el 2023

Una ruta incompatible con la de



de Blatter
a regeneración
mundial

elegerá a su sustituto al frente
mandato "no tiene todo el apoyo"

PROTECTORA NARANJA.
AS ELEGIDO
BIEN.

El juez Floy Velasco amplió ayer el cerco por la corrupción sobre el Gobierno saliente del PP en la Comunidad de Madrid al citar como imputados a dos consejeros: Lucía Figar (Educación) y Salvador Victoria (Presidencia). El anuncio de nuevas imputaciones en el caso Púnica complica que Cristina Cifuentes (PP) logre el apoyo imprescindible de Ciudadanos para regir en Madrid y marcó las reuniones que mantuvo ayer el líder del partido emergente, Albert Rivera, con Mariano Rajoy y Pedro Sánchez. **PÁGINAS 33 Y 36**
EDITORIAL EN LA PÁGINA 30

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 213.015 nuevos cotizantes y el desempleo cayó en 117.895 parados. Hay que remontarse hasta 2005 para encontrar un dato mejor de afiliación. Los contratos temporales y el empleo a tiempo parcial siguen creciendo con fuerza. **PÁGINA 39**

ADÉMÁS:
Primer caso de difteria en España desde 1987 **PÁGINA 24**
Iberia vuelve a contratar pilotos 11 años después **PÁGINA 141**
150 fotos para 50 años de historia latinoamericana **PÁGINA 27**

400 desaparecidos en un naufragio en China
Los equipos de rescate chinos buscaban ayer a más de 400 desaparecidos en el naufragio de un crucero en el río Yangtsé. **PÁGINA 76**



«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»

[Enfoque 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! 902 907 888
Liberos Mundiales en Salud Sexual Masculina **WWW.BOSTON.ES**

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

diálogo con Ciudadanos

Rivera traslada a PP y PSOE que las organizaciones locales harán los pactos

Blatter deja la FIFA cuatro días después de su reelección

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



omista.es

Hacienda ataca a los que no fueron a la amnistía
Por **Esau Alarcón** **PÁGINA 4**

Erministro' a economía

Europa y el FMI negociarán como una sola voz con Grecia
Angela Merkel impulsa una propuesta común

MA
Miercoles



Un programme d'enseignement très complet, structuré en unités didactiques très développées, orienté vers un apprentissage efficace et, compatible avec votre vie personnelle et professionnelle"

Module 1. Journalisme Économique

- 1.1. Aperçu actuel du journalisme économique
 - 1.1.1. Contraintes structurelles
 - 1.1.2. Routines professionnelles
 - 1.1.3. Environnement technologique
- 1.2. Concepts importants de journalisme économie
 - 1.2.1. Qu'est-ce que le journalisme spécialisé?
 - 1.2.2. Branches du journalisme spécialisé
 - 1.2.3. Le journalisme économique
- 1.3. Origine du journalisme spécialisé. Le journalisme économique
 - 1.3.1. Saturation des médias en informations généralistes
 - 1.3.2. Crise du lectorat de la presse écrite
 - 1.3.3. Fragmentation du public de masse
- 1.4. L'émergence de publications spécialisées
 - 1.4.1. Perspective historique
 - 1.4.2. Principaux titres
 - 1.4.3. Intégration de spécialistes dans les salles de presse généralistes
- 1.5. Nouvelles fonctions des médias traditionnels
 - 1.5.1. La qualité de l'information
 - 1.5.2. Média de référence
 - 1.5.3. *Journalisme lent*
- 1.6. La capacité de l'information journalistique à transmettre des connaissances spécialisées
- 1.7. Niveaux de spécialisation dans la presse économique
 - 1.7.1. Le journalisme économique dans les publications généralistes
 - 1.7.2. La presse spécialisée
 - 1.7.3. Le journalisme économique à la radio et à la télévision
- 1.8. La pratique du journalisme économique
 - 1.8.1. Principaux genres journalistiques
 - 1.8.2. Publications de référence en matière de journalisme économique dans le monde
 - 1.8.3. Publications de référence en journalisme économique en Espagne

- 1.9. Difficultés de communication entre journalistes et spécialistes. Évolution des rôles dans la relation avec les sources d'information
 - 1.9.1. Typologie des sources d'information
 - 1.9.2. Sources primaires pour le journalisme économique
 - 1.9.3. La relation avec les bureaux de communication
- 1.10. Perspectives d'avenir du journalisme économique
 - 1.10.1. Le marché de l'information
 - 1.10.2. Le besoin de spécialisation
 - 1.10.3. Les possibilités d'emploi

Module 2. Le journalisme économique dans les magazines spécialisés

- 2.1. L'information économique dans les magazines spécialisés
 - 2.1.1. Boom de l'information économique et commerciale: le rôle du journalisme économique
 - 2.1.2. Qu'est-ce qu'un magazine spécialisé: classification?
 - 2.1.3. Principaux magazines économiques et commerciaux en Espagne
- 2.2. Traitement de l'information économique dans une revue spécialisée
 - 2.2.1. Quels sont les principaux sujets d'intérêt?
 - 2.2.2. Structure de l'information: rapports, interviews, nouvelles et tribunes/entreprises
 - 2.2.3. Questions clés dans l'utilisation des termes économiques et des ressources graphiques
- 2.3. Comment préparer l'information économique en vue de sa diffusion dans un magazine spécialisé?
 - 2.3.1. Les rapports
 - 2.3.2. Interviews: questions clés
 - 2.3.3. Nouvelles ayant le plus grand impact
- 2.4. Magazine spécialisé vs. Médias généralistes et numériques
 - 2.4.1. Avantages et inconvénients dans le traitement de l'information
 - 2.4.2. Les clés de la survie du papier à l'ère numérique
 - 2.4.3. Fidéliser et attirer de nouveaux lecteurs
- 2.5. Principales sources de journalisme économique
 - 2.5.1. Les administrations publiques
 - 2.5.2. Chambres de commerce
 - 2.5.3. Entreprises et associations

- 2.6. Secteurs économiques dans la presse spécialisée
 - 2.6.1. Le secteur primaire
 - 2.6.2. Industrie
 - 2.6.3. Services
- 2.7. Relations des entreprises avec les revues économiques spécialisées
 - 2.7.1. Pourquoi les entreprises doivent-elles communiquer?
 - 2.7.2. Avantages de la communication d'entreprise
 - 2.7.3. Quel type d'informations les entreprises ont-elles intérêt à communiquer?
- 2.8. Comment les différents cycles économiques affectent-ils les magazines d'entreprise?
 - 2.8.1. Impact sur la publicité
 - 2.8.2. Impact sur l'information
 - 2.8.3. Ressources pour la survie en temps de crise
- 2.9. Fonctionnement du magazine spécialisé dans le journalisme économique
 - 2.9.1. Staff et fonctions du personnel
 - 2.9.2. Profil du média et public cible
 - 2.9.3. Sujets d'intérêt
- 2.10. Activités complémentaires et *Networking*
 - 2.10.1. Récompenses
 - 2.10.2. Tables de rédaction et conférences
 - 2.10.3. Monographies

Module 3. Le journalisme économique dans les médias audiovisuels

- 3.1. L'information économique dans les différents médias audiovisuels
 - 3.1.1. L'information économique à la télévision, à la radio et sur Internet
 - 3.1.2. Formats et clés de lecture
 - 3.1.3. Quelle est l'actualité économique intéressante?
 - 3.1.4. Bibliographie et webgraphie
- 3.2. L'information économique à la télévision: le journal télévisé
 - 3.2.1. Les nouvelles dans les journaux télévisés
 - 3.2.2. Les programmes d'information en direct
 - 3.2.3. Bibliographie et webgraphie

- 3.3. L'information économique à la télévision: le magazine
 - 3.3.1. Reportages dans l'émission magazine
 - 3.3.2. Reportages directs dans le magazine
 - 3.3.3. Direct
 - 3.3.4. En direct avec interview
 - 3.3.5. Bibliographie et webgraphie
- 3.4. Autres formats de reportage sur l'économie à la télévision
 - 3.4.1. Reportage approfondi
 - 3.4.2. Files d'attente
 - 3.4.3. Files d'attente + Total
 - 3.4.4. Batterie de totaux
 - 3.4.5. Bibliographie et webgraphie
- 3.5. Présence d'informations économiques à la radio
 - 3.5.1. Médias et programmes de référence
 - 3.5.2. Mode de production de l'information économique pour la radio
 - 3.5.3. L'importance d'une voix off correcte
 - 3.5.4. Bibliographie et webgraphie
- 3.6. Le journalisme économique sur Internet
 - 3.6.1. Portails financiers et journaux numériques spécialisés
 - 3.6.2. Rédaction de nouvelles économiques dans les médias en ligne
 - 3.6.3. Bibliographie et webgraphie
- 3.7. Le journalisme économique au service des entreprises
 - 3.7.1. Marketing de contenu et pages spécialisées
 - 3.7.2. Le cas d'Infoautonome
 - 3.7.3. Information économique et *Branded Content: Webinars* et e-Books
 - 3.7.4. Bibliographie et webgraphie
- 3.8. La rédaction d'informations économiques en fonction du référencement
 - 3.8.1. L'importance des *Keywords*
 - 3.8.2. Les outils qui vous facilitent la vie
 - 3.8.3. Bibliographie et webgraphie

- 3.9. Le tourisme, moteur de l'information économique I
 - 3.9.1. Faits et chiffres montrant le lien étroit entre le tourisme et l'information économique
 - 3.9.2. Quelles sont les données du secteur qui parviennent aux médias audiovisuels?
 - 3.9.3. Comment l'information économique provenant du secteur touristique est-elle transmise?
 - 3.9.4. Bibliographie et webgraphie
- 3.10. Le tourisme comme moteur de l'information économique II
 - 3.10.1. Le monument de l'Alhambra comme générateur d'informations économiques
 - 3.10.2. La Sierra Nevada et ses chiffres
 - 3.10.3. Bibliographie et webgraphie

Module 4. Le journalisme économique dans un journal local

- 4.1. L'économie dans un journal local
 - 4.1.1. Quelles sont les informations économiques qui présentent un intérêt pour un journal local?
 - 4.1.2. Le problème de l'intérêt: être précis et accessible
 - 4.1.3. Quel est le poids de l'information économique dans un journal local?
- 4.2. Le journaliste économique dans un journal local
 - 4.2.1. Qui est en charge de l'information économique?
 - 4.2.2. Les avantages du journaliste local dans le domaine de l'économie
 - 4.2.3. Menaces pour les journalistes locaux
- 4.3. Le journalisme local en situation de crise
 - 4.3.1. Qu'est-ce qu'une crise et comment conditionne-t-elle l'information?
 - 4.3.2. La crise économique de 2008
 - 4.3.3. COVID-19 et sa diffusion
- 4.4. Événements locaux et économie
 - 4.4.1. L'économie de la mesure du succès d'un événement
 - 4.4.2. Le carnaval de Cadix comme exemple d'économie festivalière
 - 4.4.3. La Motorada, quand l'économie l'emporte sur l'événement
- 4.5. Conflits du travail et couverture médiatique dans la presse économique
 - 4.5.1. Mobilisations syndicales
 - 4.5.2. Les licenciements
 - 4.5.3. La position du journaliste

La recuperación del gigante asiático

Evolución del PIB

En porcentaje. Variación trimestral



Producción industrial

En porcentaje



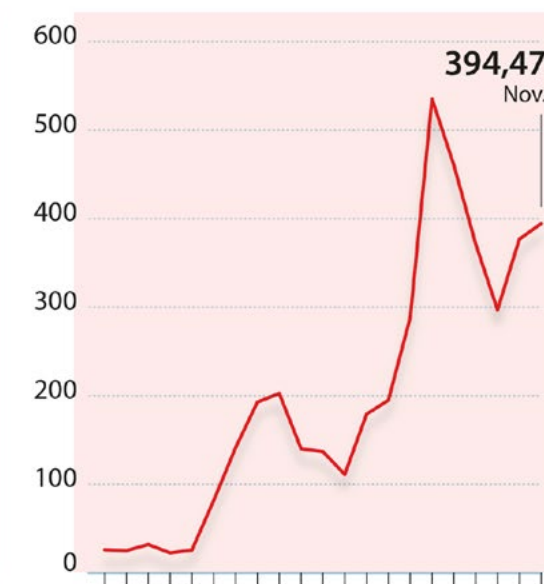
Ventas al por menor

En porcentaje



Balanza comercial

En miles de millones de euros



- 4.6. La relation du journaliste avec les entreprises
 - 4.6.1. Annonceurs et "contre-annonceurs"
 - 4.6.2. Intérêt de l'entreprise contre intérêt du lecteur
 - 4.6.3. Les armoires sont à nouveau conditionnées
 - 4.7. Les grandes entreprises et leur reflet dans la section affaires de la presse économique
 - 4.7.1. Qu'est-ce qui fait la taille d'une entreprise?
 - 4.7.2. Navantia, un acteur historique du secteur
 - 4.7.3. Airbus, l'espoir
 - 4.8. Les acteurs économiques du journalisme local
 - 4.8.1. Les hommes d'affaires
 - 4.8.2. Syndicats
 - 4.8.3. Les hommes politiques
 - 4.9. Le chômage. Information vs. Propagande
 - 4.9.1. Chiffres et récits dans la presse locale
 - 4.9.2. L'importance du contexte
 - 4.9.3. Information contre propagande
 - 4.10. L'économie dans un journal en dehors du journal
 - 4.10.1. Les suppléments comme alternative
 - 4.10.2. Événements
 - 4.10.3. Être dans un journal sans y figurer
- Module 5. Le journalisme économique dans les médias étrangers**
- 5.1. L'information économique dans les médias étrangers
 - 5.1.1. Quelles sont les informations économiques qui intéressent l'étranger?
 - 5.1.2. Quel est le poids de l'information économique étrangère?
 - 5.1.3. L'importance du lien avec l'économie locale
 - 5.2. Le correspondant étranger et le journalisme économique
 - 5.2.1. Le travail de correspondant dans le domaine économique
 - 5.2.1.1. Les agences de presse
 - 5.2.1.2. Défis pour les correspondants dans la sphère économique
 - 5.3. La nécessité d'une mise en contexte de l'information économique étrangère
 - 5.3.1. Niveau de vie et marché du travail
 - 5.3.2. Données économiques de base
 - 5.3.3. L'Espagne en Europe
 - 5.4. L'évolution du journalisme économique dans les médias étrangers depuis 2000
 - 5.4.1. Le "miracle" économique
 - 5.4.1.1. La crise économique
 - 5.4.1.2. COVID-19
 - 5.5. Grandes entreprises et présence des médias dans l'actualité économique étrangère
 - 5.5.1. Les entreprises espagnoles les plus suivies
 - 5.5.1.1. Les entreprises françaises présentes en Espagne
 - 5.5.1.2. Le *Startup Hub* de Barcelone
 - 5.6. La recherche de nouveaux modèles et la diffusion dans les médias étrangers
 - 5.6.1. L'Espagne, un modèle d'innovation
 - 5.6.2. Le tourisme, moteur économique de l'Espagne
 - 5.6.3. L'importance de la famille, un amortisseur de crise
 - 5.7. Quand l'économie explique la politique. Diffusion dans les médias étrangers
 - 5.7.1. La crise économique et son interprétation politique
 - 5.7.2. Le système territorial espagnol et les compétences des communautés autonomes
 - 5.7.3. Le conflit catalan
 - 5.8. Les défaillances du système et l'influence des médias dans la presse étrangère
 - 5.8.1. L'économie souterraine
 - 5.8.2. Corruption et portes tournantes
 - 5.8.3. Le cas des retards d'aide lors de la crise COVID-19
 - 5.9. Les interlocuteurs comme sources d'information pour le journalisme économique
 - 5.9.1. Les administrations
 - 5.9.2. Les entreprises
 - 5.9.3. Syndicats
 - 5.10. Outils d'information économique pour les médias étrangers
 - 5.10.1. La mise en réseau
 - 5.10.2. Reportage économique national et local
 - 5.10.3. Vie quotidienne

Module 6 . Le journalisme économique et le notariat

- 6.1. L'activité notariale comme garantie de la sécurité juridique et économique
 - 6.1.1. Le notariat en tant que service public et garant de la légalité des actes juridiques extrajudiciaires
 - 6.1.2. La confiance du public et la sécurité juridique préventive dans les transactions économiques
 - 6.1.3. Prévention du blanchiment d'argent et lutte contre la fraude fiscale avec l'Autorité centrale de prévention du blanchiment d'argent de l'Office notarial
- 6.2. Travail quotidien au sein du service de presse d'une association notariale
Traitement et diffusion de l'information économique
 - 6.2.1. Introduction et organisation
 - 6.2.2. Préparation et gestion du contenu
 - 6.2.3. Traitement et diffusion de l'information économique
- 6.3. L'importance des nouvelles technologies dans le notariat économique
 - 6.3.1. Nouveau portail numérique du citoyen et signature électronique
 - 6.3.2. Département des médias sociaux et utilisation professionnelle des réseaux sociaux
 - 6.3.3. Maintenance du contenu du site web
- 6.4. Relations avec la presse. L'actualité notariale dans le domaine de l'économie
 - 6.4.1. Communiqués de presse, conférences de presse et gestion des interviews avec les médias
 - 6.4.2. Actualité du notariat dans le domaine de l'économie
 - 6.4.3. Information dans les médias financiers spécialisés en économie
- 6.5. Données notariales d'intérêt dans les rubriques économiques des médias (MMC)
 - 6.5.1. Achat et vente de biens immobiliers
 - 6.5.2. Prêts hypothécaires
 - 6.5.3. Constitution de sociétés
- 6.6. Traitement particulier des données relatives à l'achat et à la vente de logements par des ressortissants étrangers dans la section économique
 - 6.6.1. Rapports sur l'évolution de la vente et de l'achat de logements par des ressortissants étrangers
 - 6.6.2. Intérêt des médias (MMC) pour le *Brexit* et ses conséquences

- 6.7. La loi sur les contrats de crédit immobilier. Concepts clés pour le journaliste économique I
 - 6.7.1. Points fondamentaux de la loi 6/2019 du 16 mars, sur les contrats de crédit immobilier et le libre choix du notaire
 - 6.7.2. La protection des consommateurs et le rôle du notaire dans la phase précontractuelle du crédit immobilier
 - 6.7.3. Comment le notaire aide-t-il les citoyens dans l'achat d'un bien immobilier?
- 6.8. Le notaire dans la constitution et le développement d'une société. Concepts clés pour le journaliste économique II
 - 6.8.1. Le notaire offre des conseils juridiques impartiaux et gratuits
 - 6.8.2. Constitution d'une société en moins de 24 heures
 - 6.8.3. Situations commerciales où l'assistance d'un notaire est importante
- 6.9. L'économie et le notariat dans les congrès et les conférences. La section économique I
 - 6.9.1. Contact direct avec les associations de consommateurs pour donner des conférences d'intérêt général sur les ventes et les achats, les prêts hypothécaires, les successions, etc
 - 6.9.2. Collaboration notariale à des ouvrages de droit économique et commercial, ainsi qu'à des forums et séminaires
 - 6.9.3. Accords avec les universités et collaboration avec les institutions
- 6.10. Situations de crise et activité notariale La section économique II
 - 6.10.1. Bureau de crise
 - 6.10.2. Le boom du développement urbain et la crise de 2008
 - 6.10.3. L'activité notariale pendant l'état d'alerte face à COVID-19

Module 7. Journalism, économie et sport

- 7.1. Sport professionnel, sport amateur et e-sport. Une affaire macroéconomique
 - 7.1.1. Le sport professionnel, une activité macroéconomique. Transferts et commissions
 - 7.1.2. L'intérêt des médias pour le sport amateur : le cas du football féminin
 - 7.1.3. Le phénomène de l'e-sport
- 7.2. Différents modèles de sociétés sportives. Les empires sportifs
 - 7.2.1. Les sociétés sportives. La valeur du membre
 - 7.2.2. Les sociétés anonymes sportives. Nouveaux investisseurs, notoriété sociale
 - 7.2.3. Franchises américaines (NBA, MLB, NFL et NHL) et "empires" sportifs (Red Bull, City Football Group, Pozzo, Duchatelet, etc.)

- 7.3. Le sport comme spectacle de masse et socialisation. Le sport dans la presse économique I
 - 7.3.1. Le sport ignore déjà les frontières : NBA, football américain (*Superbowl*)
 - 7.3.1.1. La rupture des horaires : la couverture matinale (Amérique) ouvre une autre porte
 - 7.3.2. Le phénomène des "stades-musées" 7.3.3.
 - 7.3.3. COVID-19 refroidit l'industrie du sport
- 7.4. L'idolâtrie fait vendre. Le sport dans la presse économique II
 - 7.4.1. Des référents pour des consommateurs perméables: les enfants, les adolescents et les jeunes
 - 7.4.2. Héros sans frontières: la mondialisation élargit la base des supporters
 - 7.4.3. Les stars, pôles clés de la vente des droits TV
- 7.5. Le sport, pilier de l'audience télévisuelle. Le sport dans la presse économique III
 - 7.5.1. Le pouvoir du direct, de l'émotion et des masses en feu
 - 7.5.2. Un attrait essentiel pour la mise en place de plates-formes de paiement à la séance
 - 7.5.3. Adieu au carrousel. Des horaires bizarres pour le supporter local
- 7.6. Les sponsors : *Quid pro quo*
 - 7.6.1. Les bookmakers, ce mal nécessaire pour les clubs
 - 7.6.2. Le conflit moral entre les bookmakers et les médias
 - 7.6.3. Les sponsors locaux, indispensables à la survie du sport amateur. L'engagement moral du journaliste local
- 7.7. Les impacts majeurs du sport sur l'économie mondiale et la presse économique
 - 7.7.1. Les Jeux olympiques et les Coupes du monde comme turbines économiques. Le cas de Barcelone 92
 - 7.7.2. La Ligue des champions, source de richesse et de promotion touristique
 - 7.7.3. Les lois Bosman et Simutenkov. Paradis fiscaux et particularités fiscales
- 7.8. Le monitoring des médias façonne les nouveaux formats. Rentabilité économique et presse
 - 7.8.1. Ligue des champions, Europa League, Copa Libertadores, Super League européenne?
 - 7.8.2. L'adaptation des sports à la recherche de la rentabilité économique. La Coupe Davis réinventée
 - 7.8.3. La Ligue des Nations et l'adieu aux matches amicaux des équipes nationales
- 7.9. Le '*Clickbait*' met l'accent sur la recherche de la rentabilité
 - 7.9.1. Quand le sport cesse d'être du sport dans les médias
 - 7.9.2. Le danger de la surexposition dans les réseaux sociaux
 - 7.9.3. Le potentiel commercial du côté "humain" de l'idole
- 7.10. La réinvention stylistique du journalisme sportif pour capter l'audience. Répercussion dans la presse économique
 - 7.10.1. Le récepteur resavvy : jouer aux "journalistes" 7.10.2.
 - 7.10.2. Les anciens sportifs comme point de mire pour attirer l'audience
 - 7.10.3. Le nouveau langage sportif du format numérique

Module 8. Journalisme économique dans le secteur bancaire

- 8.1. Le secteur de l'épargne à travers l'histoire de la CECA
 - 8.1.1. Les origines en 1928
 - 8.1.2. La période d'expansion
 - 8.1.3. La restructuration du secteur
- 8.2. L'importance de la réglementation
 - 8.2.1. Pourquoi un secteur réglementé?
 - 8.2.2. Les organismes qui nous réglementent
 - 8.2.3. Impact de la réglementation sur l'activité
- 8.3. Le travail social. Notre marque de fabrique
 - 8.3.1. Qu'est-ce que c'est et comment est-elle diffusée?
 - 8.3.2. Principales figures et acteurs
 - 8.3.3. Actions clés
- 8.4. L'éducation financière. Une compétence nécessaire en 2021
 - 8.4.1. Importance de l'éducation financière dans la société
 - 8.4.2. Principales figures et acteurs
 - 8.4.3. Actions clés
- 8.5. Comment interpréter un bilan
 - 8.5.1. Composantes des états financiers
 - 8.5.2. Comment interpréter les données
 - 8.5.3. Données sectorielles agrégées

- 8.6. Les réseaux sociaux: un élément clé de la communication numérique d'une association
 - 8.6.1. Stratégies de communication des associations sur les réseaux sociaux
 - 8.6.2. Les profils des associations de la CECA sur les réseaux sociaux
 - 8.6.3. Générer du trafic sur le site web
 - 8.7. Profils sur les réseaux sociaux
 - 8.7.1. Profils de l'association
 - 8.7.2. Programmation du contenu
 - 8.7.3. Le contenu qui fonctionne le mieux
 - 8.8. Publication d'un communiqué de presse
 - 8.8.1. Événement d'actualité
 - 8.8.2. Sélection des médias et envoi du communiqué de presse
 - 8.8.3. Mesurer l'impact
 - 8.9. *Briefing* avec les journalistes: diffusion d'un rapport sectoriel
 - 8.9.1. Extraire les messages clés
 - 8.9.2. Choix du format de diffusion
 - 8.9.3. Sensibilisation des médias
 - 8.9.4. Mesurer l'impact
 - 8.10. Comment mener une campagne de contenu sponsorisé
 - 8.10.1. Messages à transmettre. Importance de la narration
 - 8.10.2. Sélection du public cible
- 9.3. Les organisations de pêche et leurs relations avec la presse économique
 - 9.3.1. Groupes d'action locale de la pêche (GALP)
 - 9.3.2. La Fédération nationale des fédérations de pêcheurs (FNCP)
 - 9.3.3. Confédération espagnole de la pêche (CEPESCA)
 - 9.4. Fédération nationale des corporations de pêcheurs (FNCP). Outils de diffusion dans la presse économique
 - 9.4.1. Créer un Gabinet de Communication
 - 9.4.2. Stratégie d'information
 - 9.4.3. Médias et outils de diffusion
 - 9.5. Le secteur de la pêche en période de pandémie. Diffusion dans le secteur économique
 - 9.5.1. Secteur de première nécessité
 - 9.5.2. EPI et mesures de sécurité
 - 9.5.3. Impact sur les médias
 - 9.6. Produits de la pêche et santé. Diffusion dans le secteur économique
 - 9.6.1. Diffusion et promotion des produits de la pêche
 - 9.6.2. Influence des nouvelles sur les tendances sociales
 - 9.6.3. Projets et subventions
 - 9.7. Nouvelles du secteur de la pêche dans les magazines économiques
 - 9.7.1. Introduction
 - 9.7.2. Magazine Route de Pêche
 - 9.7.3. Magazine de la mer
 - 9.8. Nouvelles du secteur de la pêche dans la presse économique
 - 9.8.1. Presse
 - 9.8.2. Radio
 - 9.8.3. Télévision
 - 9.9. L'actualité de la Fédération nationale des confréries de pêcheurs d'Espagne dans la presse économique
 - 9.9.1. La presse
 - 9.9.2. Présence médiatique à la radio et à la télévision
 - 9.9.3. Impact dans la presse et la presse numérique
 - 9.10. Terminologie de la pêche pour les journalistes économiques
 - 9.10.1. Le langage spécialisé
 - 9.10.2. Quelques exemples d'informations sur le secteur de la pêche avec une terminologie spécialisée
 - 9.10.3. Terminologie

Module 9. Le journalisme économique et le secteur primaire. Le secteur de la pêche dans la presse économique

Module 10. Concepts et terminologie de l'économie et de l'entreprise

- 10.1. Économie générale pour les journalistes économiques I
 - 10.1.1. Macroéconomie
 - 10.1.2. Microéconomie
 - 10.1.3. Économie internationale
- 10.2. Économie et structure du marché. Économie générale pour les journalistes économiques II
 - 10.2.1. Acheteurs et demande
 - 10.2.2. Vendeurs et offre
 - 10.2.3. Réseaux et autres structures
- 10.3. Organisations, entreprises et sociétés. Sources d'information en journalisme économique I
 - 10.3.1. L'organisation en tant qu'entité
 - 10.3.2. Entreprise, marque et environnement
 - 10.3.3. Formes juridiques des entreprises
- 10.4. Autres structures organisationnelles en tant que sources d'information pour le journaliste économique II
 - 10.4.1. Groupes d'entreprises
 - 10.4.2. Fondations
 - 10.4.3. Chaînes de valeur
- 10.5. Entreprises et stratégie. Concepts clés du journalisme économique I
 - 10.5.1. Planification et stratégie
 - 10.5.2. Stratégies génériques et traditionnelles
 - 10.5.3. Nouvelles stratégies d'entreprise
- 10.6. Marchés et finances. Concepts clés du journalisme économique II
 - 10.6.1. Bourse et prix des actions
 - 10.6.2. Analyse fondamentale et analyse technique
 - 10.6.3. Contrats à terme, options et autres produits financiers dérivés
 - 10.6.4. Marchés financiers internationaux
- 10.7. Gestion financière I
 - 10.7.1. Sources de financement
 - 10.7.2. Structure financière de l'entreprise
 - 10.7.3. Capacité de financement, solvabilité et liquidité
 - 10.7.4. Recouvrements et paiements
- 10.8. La comptabilité et l'entreprise: comptabilité financière et données de reporting II
 - 10.8.1. Plan comptable général
 - 10.8.2. Structure de la comptabilité
 - 10.8.3. Plan comptable
- 10.9. Comptabilité et entreprise: comptabilité interne et actualité économique III
 - 10.9.1. Comptabilité interne
 - 10.9.2. Calcul de la valeur
 - 10.9.3. Gestion des stocks
 - 10.9.4. Structures des coûts
 - 10.9.5. Analyse du seuil de rentabilité
- 10.10. Terminologie clé pour les journalistes économiques
 - 10.10.1. Introduction
 - 10.10.2. Confusions courantes
 - 10.10.3. Glossaire des termes



Un programme complet qui vous permettra d'acquérir les connaissances nécessaires pour rivaliser avec les meilleurs"

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Diplôme

Le Mastère Spécialisé en Journalisme Économique vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.





Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Mastère Spécialisé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives"

Ce **Mastère Spécialisé en Journalisme Économique** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Mastère Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Journalisme Économique**

N.° d'Heures Officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Spécialisé Journalisme Économique

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

Journalisme Économique

