

Experto Universitario

Nueva Comunicación, Redes
y Periodismo Multimedia





Experto Universitario Nueva Comunicación, Redes y Periodismo Multimedia

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto/experto-universitario-comunicacion-redes-periodismo-multimedia

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 18

05

Metodología

pág. 24

06

Titulación

pág. 32

01

Presentación

La Nueva Comunicación y la integración de las Redes Sociales en el ecosistema mediático han permitido una transformación en la manera de contar historias. Las plataformas digitales se han convertido en el principal medio de consumo de noticias para la población. De acuerdo con datos de la Federación Internacional de Periodistas, más del 65% de los medios de comunicación han adoptado estrategias basadas en formatos multimedia para satisfacer la demanda de contenidos más dinámicos y atractivos por parte de los usuarios. Por ello, los expertos necesitan disponer de un enfoque integral para crear piezas periodísticas más efectivas y adaptadas a las necesidades contemporáneas. Ante esto, TECH lanza una innovadora titulación online centrada en la Nueva Comunicación, Redes y Periodismo Multimedia.



“

Gracias a este Experto Universitario 100% online, dominarás el Periodismo Multimedia y utilizarás las Redes Sociales para que tus informaciones consigan un mayor alcance”

En un mundo cada vez más interconectado, el Periodismo Multimedia y la Nueva Comunicación han emergido como componentes clave para la difusión de información. Con el auge de las redes sociales, los periodistas no solo enfrentan el desafío de producir noticias rápidamente, sino también de hacerlo en múltiples formatos que resuenen con un público diversificado. Frente a esta situación los expertos necesitan adaptar sus estrategias a las nuevas plataformas digitales para captar el interés de diferentes audiencias y conectar emocionalmente con ellas a fin de establecer relaciones duraderas.

Con esta idea en mente, TECH presenta un exclusivo Experto Universitario en Nueva Comunicación, Redes y Periodismo Multimedia. Ideado por referencias en este ámbito, el itinerario académico profundizará en los diferentes modelos de producción informativa. En este sentido, el temario ahondará en las particularidades de los *Social Media*, lo que permitirá a los alumnos difundir sus contenidos en plataformas digitales como redes sociales o páginas web. A su vez, los materiales didácticos brindarán las claves para que los egresados diseñen experiencias informativas inmersivas que conecten con la mente de los consumidores a fin de fidelizarlos a largo plazo. De este modo, los expertos desarrollarán competencias avanzadas para crear piezas informativas originales que destaquen en el mercado.

Por otro lado, este programa universitario se fundamenta en el método *Relearning*, desarrollado por TECH. Este método de enseñanza usa la reiteración de contenidos claves de forma natural, garantizando que estos perduren en la memoria de los egresados sin la necesidad de memorizar. De este modo, lo único que se requiere para acceder al Campus Virtual es un dispositivo electrónico con acceso a Internet. De forma complementaria, los alumnos podrán ingresar en una biblioteca digital llena de materiales didácticos adicionales, para enriquecer así su experiencia educativa. Adicionalmente, los egresados tendrán acceso a unas *Masterclass* exclusivas y complementarias de alto nivel académico, impartidas por un destacado Director Invitado Internacional.

Este **Experto Universitario en Nueva Comunicación, Redes y Periodismo Multimedia** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

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



Un reconocido Director Invitado Internacional ofrecerá una disruptiva Masterclasses para ahondar en las últimas tendencias en proyectos periodísticos transmedia”

“

¿Quieres incorporar a tu praxis diaria estrategias de Storytelling Digital para conectar emocionalmente con la audiencia? Consíguelo mediante este programa universitario en solamente 450 horas”

Profundizarás en las normas de redacción periodística en las principales redes sociales, entre las que destacan Facebook y Twitter.

Cursa esta titulación universitaria aprenderás a tu propio ritmo y sin inconvenientes temporales gracias al sistema Relearning que TECH pone a tu disposición.

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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



02

Objetivos

Mediante este Experto Universitario, los profesionales desarrollarán competencias avanzadas enfocadas en la creación de contenido informativo relevante para diferentes plataformas y audiencias en el entorno actual de los medios. En este sentido, los egresados serán capaces de integrar en sus piezas diferentes formatos (como vídeos, audios e infografías) para narrar sus noticias de manera más interactiva. A su vez, los expertos dispondrán de un conocimiento holístico sobre las dinámicas de las redes sociales y cómo estas plataformas influyen en el consumo de información. También, los alumnos manejarán técnicas de *storytelling* digital para crear narrativas transmedia que fortalezcan el *engagement*.



“

Serás capaz de adaptarte a nuevas herramientas y plataformas digitales emergentes para narrar historias de manera más atractiva”



Objetivo general

- ♦ Proporcionar una capacitación avanzada y especializada de las distintas Tecnologías emergentes de la Información y la Comunicación (TIC), en las diferentes tareas profesionales de la actividad periodística
- ♦ Incorporar las herramientas tecnológicas y mediáticas más evolucionadas para alcanzar un mayor grado de conocimiento y utilización experta de los distintos soportes audiovisuales y tecnológicos
- ♦ Capacitar al alumno para generar nuevos modelos y plataformas para el ejercicio profesional, mediante las técnicas y métodos más innovadores
- ♦ Fomentar e impulsar el análisis de los diferentes contenidos periodísticos especializados y de las estructuras informativas para ser capaces de abordar y solucionar problemas de carácter tecnológico y científico
- ♦ Impulsar la capacidad de creatividad e innovación para abordar proyectos sobre Periodismo Multimedia Profesional
- ♦ Adquirir conocimiento experto de las estructuras y tipologías discursivas de la comunicación periodística que contribuyen a configurar las sociedades actuales



Lograrás tus objetivos gracias al apoyo de las herramientas didácticas de TECH, entre las que sobresalen los vídeos explicativos y resúmenes interactivos”





Objetivos específicos

Módulo 1. Comunicación digital y sociedad

- ♦ Analizar la relación entre sociedad y redes sociales
- ♦ Definir la sociedad-red y las redes
- ♦ Entrar en el nuevo concepto de tiempo
- ♦ Estudiar la generación digital
- ♦ Explorar la comunicación global
- ♦ Conocer los modelos de producción periodística
- ♦ Analizar los conceptos de prestigio y credibilidad
- ♦ Comprender el funcionamiento de las *Fake News*

Módulo 2. Periodismo y *Social Media*

- ♦ Analizar la situación de los periodistas en las plataformas sociales
- ♦ Examinar los medios en las plataformas sociales
- ♦ Examinar los perfiles mediáticos en las plataformas sociales
- ♦ Conocer la red de contactos y la relación con las fuentes en los entornos sociales
- ♦ Reflexionar sobre la ética periodística en los social media
- ♦ Aprender las maneras de narrar en las plataformas sociales

Módulo 3. Nuevas formas narrativas

- ♦ Explorar el *Storytelling* digital
- ♦ Aprender los mecanismos participativos en la elaboración de información
- ♦ Conocer los proyectos periodísticos transmedia
- ♦ Estudiar sobre el Periodismo inmersivo y ubicuo

03

Dirección del curso

La prioridad de TECH se basa en brindar las titulaciones universitarias más exhaustivas y actualizadas del panorama académico, razón por la que selecciona con minuciosidad sus claustros docentes. Para el diseño de este Experto Universitario, se ha hecho con los servicios de auténticas referencias en Nueva Comunicación, Redes y Periodismo Multimedia. Gracias a esto, los egresados se sumergirán en una experiencia intensiva que les permitirá dar un significativo salto de calidad en sus trayectorias profesionales.





“

El equipo docente, conformado por expertos en Periodismo Multimedia, ha diseñado horas de contenido adicional para que amplíes cada apartado del temario de manera personalizada”

Directora Invitada Internacional

Judy Siegel es una reconocida experta internacional en **diseño de productos** y **experiencia de usuario (UX)**, con más de una década de trayectoria en la creación de **soluciones digitales innovadoras** y centradas en el usuario. A lo largo de su carrera, ha trabajado con clientes de diversos sectores, desde **software** y **medios de comunicación**, hasta **organizaciones sociales**, con un enfoque en la mejora de la **satisfacción**, el **compromiso** y la **lealtad** de los usuarios que la ha posicionado como una de las figuras más influyentes en el ámbito del **diseño digital**.

De este modo, se ha desempeñado como **Directora de Diseño de Producto** en Arc XP, una plataforma de **experiencias digitales** en la nube del **Washington Post**. En este rol, ha liderado un equipo de diseñadores e investigadores, apoyando a **empresas**, **marcas minoristas** y **organizaciones de medios** y **entretenimiento** a crear **experiencias multicanal** atractivas, impulsar el **comercio digital** y distribuir contenido de manera eficiente. Así, su liderazgo y visión estratégica han sido clave en la creación de **productos intuitivos**, **escalables** y **accesibles**.

Asimismo, Judy Siegel ha **cofundado** y organizado la conferencia **"Designing for Digital"** en **Austin, Texas**, un evento que reúne a profesionales de la **experiencia de usuario**, el **diseño** y la **usabilidad** de todo el mundo, incluyendo expertos de las **comunidades tecnológicas** y **educativas**. Además, ha ocupado **roles directivos** en empresas como **Dow Jones**, **MSNBC** y **CNN**, ha trabajado en la **optimización de sitios web**, el **desarrollo de aplicaciones móviles** y la **implementación de estrategias de UX** en grandes proyectos editoriales y corporativos.

A su vez, su experiencia incluye sus ocupaciones con el **United States Digital Service**, donde ha contribuido a importantes **iniciativas digitales** en **agencias federales**, como el **Departamento de Salud y Servicios Humanos (HHS)** y el **Departamento de Asuntos de los Veteranos (VA)**.



Dña. Siegel, Judy

- ♦ Directora de Diseño de Productos en Arc XP, en el Washington Post, Chicago, Estados Unidos
- ♦ Cofundadora / Organizadora de Conferencias en *Designing for Digital*
- ♦ Directora de Diseño de Producto e Investigación de UX en Dow Jones
- ♦ Directora de Experiencia de Usuario en MSNBC
- ♦ Diseñadora de Experiencia de Usuario en CNN.com
- ♦ Academia de Liderazgo para Mujeres en Medios Digitales por el Instituto Poynter
- ♦ Máster en Interacción Persona-Ordenador en Medios digitales por el Instituto Tecnológico de Georgia
- ♦ Licenciada en Radio, Televisión y Cine por la Universidad Cristiana de Texas

“

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

Profesores

Dña. Jiménez Pampliega, Marta

- ♦ Diseñadora Instruccional en Global Alumni
- ♦ Comunicación Interna en Bankinter
- ♦ Ayudante de Sonido en el Cine de TRECE TV
- ♦ Redactora en PwC en el Departamento de Comunicación Interna y Externa
- ♦ Graduada en Comunicación Audiovisual y Periodismo por la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Curso de InDesign Nivel Profesional por la Universidad CEU San Pablo





“Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

04

Estructura y contenido

Concebido por reconocidos especialistas en Nueva Comunicación, Redes y Periodismo Multimedia, este programa universitario está conformado por 3 completísimos módulos. El plan de estudios ahondará en factores como la participación social activa desde las redes sociales o el uso de los *Social Media* hasta las técnicas narrativas más emergentes. A su vez, el temario profundizará en la creación de proyectos periodísticos transmedia, lo que permitirá a los egresados enriquecer la experiencia del usuario al brindar recursos multimedia como vídeos, infografías o audios. De este modo, los profesionales producirán piezas periodísticas innovadoras y adaptadas al entorno digital.



Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur adipiscing elit.
Morbi sollicitudin tortor lacinia
augue placerat, ullamcorper
porta felis congue. Nulla ac
pellentesque lorem. Sed nec
facilisis sem. Etiam lorem

MEDIA NEWS OPINION AND ANALYSIS

Estructura y contenido | 19 **tech**



“

Desarrollarás narrativas efectivas que combinen múltiples formatos y cuenten historias que conecten emocionalmente con el público”

Módulo 1. Comunicación Digital y Sociedad

- 1.1. Sociedad-red vs. Redes sociales
 - 1.1.1. La Sociedad Red
 - 1.1.2. El poder en la Sociedad Red
 - 1.1.3. Autocomunicación y contrapoder
 - 1.1.4. El papel de las redes sociales
 - 1.1.4.1. Participación social activa desde las redes sociales
 - 1.1.4.2. Privacidad y seguridad en las redes
- 1.2. La aceleración del tiempo
 - 1.2.1. La inmediatez y la digitalización, protagonistas de la Comunicación del siglo XXI
 - 1.2.1.1. ¿Cómo hemos llegado a este nuevo panorama social?
 - 1.2.2. El papel de los medios de comunicación masiva
 - 1.2.3. El nuevo papel del Periodismo con la irrupción del internet
 - 1.2.3.1. La perpetuidad del Periodismo tradicional
 - 1.2.3.2. Redes sociales y Periodismo ciudadano
- 1.3. Generación digital
 - 1.3.1. Internet y las nuevas generaciones
 - 1.3.1.1. Construcción de una identidad a través del internet
 - 1.3.2. Clasificación de la sociedad digital
 - 1.3.2.1. Según el año de nacimiento
 - 1.3.2.2. Según si eres nativo digital o inmigrante digital
 - 1.3.2.3. Según si son visitantes o residentes
 - 1.3.3. Comparación de las dos generaciones nativas más jóvenes y digitales, la Y y la Z
- 1.4. Orden mundial de la información vs. Comunicación global
 - 1.4.1. El Nuevo Orden Mundial de la Información (NOMIC)
 - 1.4.2. Teorías de la Comunicación Global
 - 1.4.2.1. Robertson: a estructuración del mundo actual a partir de la globalización
 - 1.4.2.2. Rosenau: a la búsqueda de una noción para un profundo cambio ontológico
 - 1.4.2.3. Castells: la sociedad de la información y las redes globales
 - 1.4.2.4. Held y compaÑeros: transformaciones globales
 - 1.4.3. Conclusiones



- 1.5. Modelos de producción periodística
 - 1.5.1. La producción informativa en los medios de comunicación de masas tradicionales
 - 1.5.1.1. Debate sobre la producción informativa e influencia en la sociedad
 - 1.5.1.2. Elementos de la producción que influyen en la opinión pública: configuración de la agenda, imprimación y encuadre
 - 1.5.2. El nuevo Periodismo digital
 - 1.5.2.1. Producción periodística en internet
 - 1.5.2.2. Los patrones visuales de la lectura digital
 - 1.5.2.3. La brevedad como característica dominante de la producción digital
 - 1.5.2.4. ¿Cómo producir una noticia para la web?
 - 1.5.2.5. Los enlaces y el contenido multimedia como elementos informativos
- 1.6. Retos de la profesión
 - 1.6.1. Nuevo perfil de periodista digital o de la red informática mundial (WWW)
 - 1.6.2. Primer reto: conocer el nuevo perfil de las audiencias digitales
 - 1.6.2.1. Participación, personalización y analítica web
 - 1.6.2.2. ¿El reinado del interés del público?
 - 1.6.3. Segundo reto: hacia un periodismo en redes sociales, el papel del Social Media Editor
 - 1.6.4. Tercer reto: el nuevo sistema de fuentes periodísticas
 - 1.6.5. Cuarto reto: El Periodismo en Tiempo Real (The Real Time Journalism)
 - 1.6.5.1. La simultaneidad
 - 1.6.5.2. El hipertexto
 - 1.6.5.3. Expresividad multimedia
- 1.7. Prestigio y credibilidad
 - 1.7.1. Introducción
 - 1.7.2. Autorregulación
 - 1.7.2.1. Estrategia de autorregulación
 - 1.7.2.2. Mecanismos de regularización
 - 1.7.3. Redefinición del papel del periodista
 - 1.7.3.1. Crisis de credibilidad
 - 1.7.3.2. Desintermediación
 - 1.7.3.3. De la escasez a la maldición de la abundancia

- 1.7.4. Periodismo y credibilidad en perspectiva histórica
 - 1.7.4.1. Manipulación y fin del pacto con los ciudadanos
- 1.7.5. La desinformación como oportunidad para el Periodismo
- 1.7.6. Las caras de la credibilidad y el prestigio periodístico

Módulo 2. Periodismo y Social Media

- 2.1. Periodistas en plataformas sociales
 - 2.1.1. Introducción
 - 2.1.2. Las redes sociales, un nuevo objeto de estudio en Comunicación
 - 2.1.2.1. El nuevo entorno 2.0
 - 2.1.3. Las redes sociales en el Periodismo
 - 2.1.3.1. Usuarios, contenidos y fuentes periodísticas
 - 2.1.3.2. El triple abordaje periodístico en las redes sociales
 - 2.1.3.3. El surgimiento de libros de estilo para los periodistas
 - 2.1.3.4. Redacción Periodística en Facebook
 - 2.1.3.5. Redacción Periodística en Twitter
 - 2.1.3.6. Ventajas y desventajas de la redacción periodística en Facebook y Twitter
 - 2.1.4. Puesta en marcha de algunas estrategias digitales en los medios
 - 2.1.4.1. Nacional
 - 2.1.4.2. Internacional
 - 2.1.5. Uso de las redes sociales como herramientas periodísticas
- 2.2. Medios en plataformas sociales
 - 2.2.1. Los metamedios
 - 2.2.1.1. Complejidad de las redes sociales
 - 2.2.1.2. Plataformas sociales en las empresas de comunicación
 - 2.2.1.3. Resultado del Barómetro de Medios
 - 2.2.2. La integración de los medios españoles en redes sociales
 - 2.2.2.1. Medio Informativo The New York Times: un referente para los medios tradicionales

- 2.2.3. La estrategia de comunicación de medios en plataformas sociales
 - 2.2.3.1. Aplicación a redes sociales
 - 2.2.3.2. Diagnóstico o análisis previo
- 2.2.4. Gestión de cuentas oficiales en medios de comunicación
 - 2.2.4.1. Modelos de gestión de contenido
 - 2.2.4.2. Pautas para la gestión y programación de contenidos en Facebook y Twitter
 - 2.2.4.3. Preguntas y desafíos en la gestión de las redes
- 2.3. Perfiles mediáticos en plataformas sociales
 - 2.3.1. Introducción: nuevos perfiles periodísticos emergentes
 - 2.3.2. El responsable de comunidad en internet
 - 2.3.2.1. Perfil
 - 2.3.2.1.1. Funciones
 - 2.3.3. Periodista multitarea/multimedia
 - 2.3.3.1. Funciones
 - 2.3.3.2. Perfiles de periodista multimedia interactivo
 - 2.3.3.3. Selección de personal: un periodista multimedia, interactivo, polivalente y especializado
 - 2.3.4. Periodista de datos
 - 2.3.4.1. Formación y perfil del periodista de datos
 - 2.3.4.2. Periodismo móvil
 - 2.3.5. El desarrollo del Periodismo móvil en plataformas digitales
 - 2.3.5.1. Formatos del Periodismo digital y móvil
- 2.4. La red de contactos y la relación con las fuentes en los entornos sociales
 - 2.4.1. Introducción
 - 2.4.2. Las redes sociales en línea
 - 2.4.2.1. Conectividad
 - 2.4.2.2. Comunidades en línea y comunidades fuera de línea
 - 2.4.3. ¿Cómo aumentar la red de contactos/comunidad digital?
 - 2.4.3.1. Definición del mercado objetivo del medio/periodista
 - 2.4.3.2. Personalización de la marca
 - 2.4.4. Redes sociales más usadas como fuente de información periodística
- 2.5. La ética periodística y la transparencia informativa en las redes sociales
 - 2.5.1. Código Deontológico Periodístico
 - 2.5.1.1. Principios generales
 - 2.5.1.2. Estatuto
 - 2.5.1.3. Principios de actuación
 - 2.5.2. Desafíos para una ética de calidad en el nuevo entorno digital
 - 2.5.3. La doble exigencia ética del Periodismo
 - 2.5.3.1. La transparencia como una herramienta de un Periodismo ético
 - 2.5.3.2. La transparencia como una exigencia de un Periodismo ético
 - 2.5.4. Transparencia y organizaciones mediáticas
 - 2.5.4.1. De los profesionales de la información a los responsables de comunidad en internet
 - 2.5.4.2. Del hermetismo a la transparencia
 - 2.5.5. Plataformas sociales a favor de la transparencia informativa
 - 2.5.5.1. Plataforma WikiTribune: el Periodismo transparente y colaborativo
 - 2.5.5.2. Plataforma Deba-t.org: la transparencia en el fomento del debate y la discusión pública
- 2.6. La narración de la información en plataformas sociales
 - 2.6.1. Introducción a la narrativa digital
 - 2.6.1.1. Una nueva forma de narrar
 - 2.6.1.2. Lenguaje y géneros en la narrativa digital
 - 2.6.1.3. Potencialidades y posibilidades de los medios digitales o "pantallas"
 - 2.6.2. La narrativa se identifica con la navegación
 - 2.6.2.1. Singularidad del lenguaje periodístico
 - 2.6.2.1.1. Lenguaje múltiple
 - 2.6.2.1.2. La corrección gramatical
 - 2.6.3. Técnicas de redacción: de la pirámide invertida a la pirámide mentirosa
 - 2.6.3.1. Técnicas de redacción
 - 2.6.4. Los géneros del ciberperiodismo

Módulo 3. Nuevas formas narrativas

- 3.1. La narración de historias digital
 - 3.1.1. El rol de las formas narrativas
 - 3.1.2. Valores añadidos de los nuevos medios: instantaneidad, hipertextualidad, interactividad y el protagonismo del lector
 - 3.1.3. La nueva narrativa de los géneros periodísticos informativos: elementos de la noticia
 - 3.1.4. La nueva narrativa de los géneros periodísticos explicativos: elementos distintivos
 - 3.1.5. La nueva narrativa de los géneros periodísticos de opinión en modalidades participativas: cartas al director, sondeos y encuestas, los foros de discusión
- 3.2. Los mecanismos participativos en la elaboración de relatos periodísticos
 - 3.2.1. Espacios de participación: la última gran tendencia
 - 3.2.2. Los nuevos medios y las audiencias activas
 - 3.2.3. El valor del periodismo profesional
- 3.3. Contenidos multiplataforma
 - 3.3.1. Los gestores de contenido en la producción multiplataforma
 - 3.3.2. Del consumidor pasivo al productor activo
 - 3.3.3. Metaverso: el mundo real como sistema operativo
- 3.4. Proyectos periodísticos transmedia
 - 3.4.1. Narratología transmedia y narración transmedia
 - 3.4.2. España se enoja, de Javier Zurita y Ofelia de Pablo
 - 3.4.3. 6x9: una experiencia virtual de confinamiento solitario del diario *The Guardian*
- 3.5. Periodismo inmersivo y ubicuo
 - 3.5.1. Principios del diseño de experiencias informativas inmersivas
 - 3.5.2. Realidad virtual
 - 3.5.3. Principios del diseño de experiencias informativas mixtas
 - 3.5.4. Realidad aumentada



Incrementarás tus conocimientos mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. ¡Inscríbete ya!

05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender.

Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional, para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo”



Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso TECH utiliza los case studies de la Harvard, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

“

Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos”

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra Universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 hemos conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



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 las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... en la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case Studies

Completarán una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

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



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos: para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



06

Titulación

El Experto Universitario en Nueva Comunicación, Redes y Periodismo Multimedia garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad.



“

Incluye en tu capacitación un título de Experto en Periodismo Multimedia: Un paso de gigante en tu competitividad en el sector”

Este **Experto Universitario en Nueva Comunicación, Redes y Periodismo Multimedia** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el TECH Universidad, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Nueva Comunicación, Redes y Periodismo Multimedia**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



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



Experto Universitario
Nueva Comunicación,
Redes y Periodismo
Multimedia

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Nueva Comunicación, Redes
y Periodismo Multimedia

