

# Licenciatura Comunicación Audiovisual

Nº de RVOE: 20210892

**RVOE**

EDUCACIÓN SUPERIOR

**tech**  
universidad



Nº de RVOE: 20210892

## Licenciatura **Comunicación Audiovisual**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **aprox. 4 años**

Fecha acuerdo RVOE: **07/09/2020**

Acceso web: [www.techtute.com/mx/periodismo-comunicacion/licenciatura/licenciatura-comunicacion-audiovisual](http://www.techtute.com/mx/periodismo-comunicacion/licenciatura/licenciatura-comunicacion-audiovisual)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Plan de estudios

---

*pág. 8*

03

Objetivos y competencias

---

*pág. 34*

04

¿Por qué nuestro programa?

---

*pág. 42*

05

Idiomas gratuitos

---

*pág. 46*

06

Maestría gratuita

---

*pág. 50*

07

Salidas profesionales

---

*pág. 54*

08

Metodología

---

*pág. 58*

09

Requisitos de acceso y  
proceso de admisión

---

*pág. 66*

10

Titulación

---

*pág. 70*

# 01

## Presentación

El lenguaje audiovisual integra, en su capacidad de comunicación, la riqueza expresiva de los elementos visuales y auditivos. Esta forma de producción de contenidos ofrece al receptor una experiencia envolvente y eficaz que permite provocar y dirigir emociones que propician la penetración del mensaje. Bajo esta premisa TECH lanza esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual, donde se integran todos y cada uno de los ámbitos de conocimiento que el alumnado necesitará dominar para idear, diseñar y desarrollar productos audiovisuales óptimos, que logren los propósitos para los que sean creados y se adapten de forma específica a cada ámbito de intervención. Un proceso de alta calidad creado para capacitar a los mejores especialistas del sector.

*Este es el momento, te estábamos esperando*





“

*Abre tus oportunidades laborales con una Licenciatura que te permite conocer los fundamentos del lenguaje audiovisual en diferentes formatos”*

## 06 | Presentación

La comunicación audiovisual maneja una gran variedad de códigos comunicativos. Cine, radio, televisión, internet son algunas de las áreas de trabajo en las que este tipo de productos se materializa. Cada una de ellas, necesita de planteamientos específicos, tanto en términos temporales, como en los códigos visuales, el lenguaje y otros aspectos que coexisten en cada pieza. Pero la realización de productos audiovisuales de calidad no solo se apoya en la capacidad inmediata de resolución o planteamiento, sino que necesita una sólida base cultural que, en este ámbito, permita al especialista conocer y analizar las diversas representaciones visuales y sonoras contemporáneas, y sus procesos históricos de evolución.

Esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH incorpora los aspectos creativos, tecnológicos y técnicos que el profesional de este campo debe saber manejar. Para ello, el aprendizaje se desarrollará a través de un gran espectro de campos del saber que permitirán al alumno ser hábil en todas las áreas de trabajo e intervención para la generación de producción audiovisuales de ficción y no-ficción.

Para conseguir que todo este bagaje de conocimientos sea eficiente y permita al alumno posicionarse como un profesional competente, es imprescindible poseer el respaldo de un programa de alta calidad, que haya proporcionado al alumnado cualidades diferenciales y, sobre todo, la capacidad de desarrollo personal y profesional apegado a las últimas novedades de esta área de estudio.

Asegurar la competitividad, a través de un título que avale la calidad de los conocimientos y la solvencia de las competencias, es el paso más importante, el que pondrá alumno en camino hacia su futuro. Para ello, TECH ofrece la mayor calidad del mercado docente en línea, para permitir que el tiempo de estudio sea un proceso de crecimiento imparabile que vaya abriendo las puertas del desarrollo intelectual y profesional.

Esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual ha sido creada para permitir al alumnado adquirir los conocimientos necesarios en esta materia, de una manera intensiva y eficiente, con la excepcional oportunidad de hacerlo en línea, cómodamente y adaptando su estudio a su tiempo disponible. Una oportunidad para mejorar la capacitación de los alumnos, con la comodidad del método digital más eficaz del mercado docente.



*Publicidad, cine, televisión, internet... la Licenciatura en Comunicación Audiovisual es la llave de acceso a un campo de trabajo lleno de posibilidades”*

## *Te estábamos esperando*

TECH brinda la oportunidad de posicionar a los alumnos como licenciados en Comunicación Audiovisual con este programa creado para adquirir los conocimientos necesarios para ejercer en esta interesante área. Pero, además, con este programa, el alumno accederá a una forma de trabajo creada para impulsar la capacidad de análisis y la motivación en el aprendizaje. Los estudiantes que quieran superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional, relacionarse con los mejores y pertenecer a la nueva generación de comunicadores, capaces de desarrollar su labor en cualquier lugar del mundo, encontrarán en este programa el camino a seguir.

“*Aprende a ejercer como un especialista en un ámbito apasionante, con las herramientas prácticas e intelectuales necesarias para competir con oportunidades de éxito real*”



## Plan de estudios

Realizar esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual supone una oportunidad única para abrir las puertas a un mundo profesional altamente exigente, en el que la innovación y la creatividad son aspectos fundamentales. Para ello, TECH ha elaborado un completísimo plan de estudios, ideado con el principal objetivo de ayudar a los alumnos a alcanzar la excelencia. Un programa que responde a sus necesidades mediante un contenido innovador, basado en las últimas tendencias del sector audiovisual y apoyado por la mejor metodología educativa. De esta manera, el estudiante podrá adentrarse en diferentes ámbitos de conocimiento, como la comunicación escrita, radiofónica y audiovisual; la historia del cine y la televisión; o la publicidad en el sector, entre otros aspectos que serán imprescindibles para lograr un conocimiento efectivo que podrán aplicar a su trabajo diario.

*Un temario  
completo y bien  
desarrollado*



“

*Todo el saber que el profesional más competente debe dominar en el ámbito de la comunicación audiovisual, estructurado en base un doble objetivo de eficiencia y flexibilidad”*

## 10 | Plan de estudios

La Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH es un programa que se imparte en formato 100% en línea, para que el alumno elija el momento y el lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses. Este programa, que se desarrolla a lo largo de 8 semestres, pretende ser una experiencia única y estimulante que sienta las bases para el éxito profesional.

A lo largo de las 40 asignaturas de estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos. Ese planteamiento práctico se completará con actividades y ejercicios, acceso a material complementario, vídeos de apoyo, fichas de resumen, clases magistrales y acceso a bancos de información online.

“

*Aprende a partir del mejor material didáctico y conviértete en todo un experto en Comunicación Audiovisual”*





## *Dónde, cuándo y cómo se imparte*

Esta Licenciatura se ofrece en un formato 100% en línea, por lo que alumno podrá cursarla desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o un simple smartphone. Además, podrá acceder a los contenidos tanto online como offline. Para hacerlo offline, bastará con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a internet.

El alumno podrá cursar la Licenciatura a través de sus 40 asignaturas, de forma autodirigida y asincrónica. Para ello, el formato y la metodología se han adaptado para aprovechar al máximo el tiempo y lograr un aprendizaje a medida de las necesidades del alumno. Además, la teoría se complementa de manera excepcional con las actividades y ejercicios prácticos, el acceso a material complementario, vídeos de apoyo, fichas de resumen, clases magistrales y a los bancos de información online.

“ *Un programa intensivo que podrás adaptar a tus necesidades para hacer de tu aprendizaje un proceso flexible, eficaz y exitoso*”

## 12 | Plan de estudios

### Asignatura 1

#### Teoría de la comunicación social

##### Tema 1. El arte de comunicar

- 1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
- 1.2. El conocimiento
- 1.3. Las fuentes del conocimiento
- 1.4. Los métodos científicos
- 1.5. El método deductivo
- 1.6. El método inductivo
- 1.7. El método hipotético – deductivo
- 1.8. Conceptos comunes en la investigación científica
- 1.9. Variables dependientes e independientes
- 1.10. Hipótesis
- 1.11. La operacionalización
- 1.12. La ley o teoría de cobertura

##### Tema 2. Elementos de la comunicación

- 2.1. Introducción
- 2.2. Elementos de la comunicación
- 2.3. La investigación empírica
- 2.4. Investigación básica versus investigación aplicada
- 2.5. Los paradigmas de investigación
- 2.6. Los valores en la investigación
- 2.7. La unidad de análisis
- 2.8. Estudios transversales y longitudinales
- 2.9. Definir la comunicación

##### Tema 3. Trayectorias de la investigación en comunicación social

- 3.1. Introducción. La comunicación en el mundo antiguo
- 3.2. Teóricos de la comunicación
- 3.3. Grecia
- 3.4. Los sofistas, primeros teóricos de la comunicación

- 3.5. La retórica aristotélica
- 3.6. Cicerón y los cánones de la retórica
- 3.7. Quintiliano: la institución oratoria
- 3.8. El periodo moderno: la teoría de la argumentación
- 3.9. El humanismo antirretoricista
- 3.10. La comunicación en el Barroco
- 3.11. De la Ilustración a la sociedad de masas
- 3.12. El siglo XX: la retórica de los medios de comunicación de masas
- 3.13. La comunicación mediática

##### Tema 4. La conducta comunicativa

- 4.1. Introducción: el proceso comunicativo
- 4.2. La conducta comunicativa
- 4.3. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
- 4.4. Los antecedentes biológicos de la comunicación
- 4.5. La comunicación intrapersonal
- 4.6. Los patrones de conducta comunicativa
- 4.7. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
- 4.8. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
- 4.9. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales

##### Tema 5. La transacción comunicativa

- 5.1. Introducción: La transacción comunicativa
- 5.2. El análisis transaccional
- 5.3. El yo-niño
- 5.4. El yo-padre
- 5.5. El yo-adulto
- 5.6. Clasificación de las transacciones

##### Tema 6. Identidad, autoconcepto y comunicación

- 6.1. Introducción
- 6.2. Identidad, autoconcepto y comunicación
- 6.3. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades
- 6.4. La estrategia de las emociones negativas
- 6.5. La estrategia de las emociones positivas
- 6.6. La estrategia de inducción de emociones en los otros
- 6.7. La estrategia de compromiso mutuo
- 6.8. La estrategia de la lástima o la comprensión
- 6.9. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos
- 6.10. El interaccionismo simbólico
- 6.11. El constructivismo
- 6.12. El autoconcepto motivado para interactuar
- 6.13. La teoría de la acción razonada
- 6.1.4. Pragmática conversacional

##### Tema 7. La comunicación en grupos y organizaciones

- 7.1. Introducción: el proceso comunicativo
- 7.2. La conducta comunicativa
- 7.3. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
- 7.4. Los antecedentes biológicos de la comunicación
- 7.5. La comunicación intrapersonal
- 7.6. Los patrones de conducta comunicativa
- 7.7. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
- 7.8. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
- 7.9. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales

##### Tema 8. Comunicación mediática I

- 8.1. Introducción
- 8.2. La comunicación mediática
- 8.3. Características de los medios y de sus mensajes
- 8.4. Los medios de comunicación de masas
- 8.5. Las funciones de los medios
- 8.6. Los efectos poderosos de los medios de masas
- 8.7. Los medios nos dicen qué debemos pensar y qué no debemos pensar

##### Tema 9. Comunicación mediática II

- 9.1. Introducción
- 9.2. La teoría hipodérmica
- 9.3. Los efectos limitados de los medios de comunicación
- 9.4. Los usos y gratificaciones de la comunicación de masas
- 9.5. Teoría de usos y gratificaciones
- 9.6. Orígenes y principios
- 9.7. Objetivos de la teoría de usos y gratificaciones
- 9.8. Teoría de la expectativa

##### Tema 10. Comunicación mediática III

- 10.1. Introducción
- 10.2. La comunicación computarizada y la realidad virtual
- 10.3. La comunicación mediante ordenadores: el problema de su integración teórica
- 10.4. Definiciones de la comunicación computarizada
- 10.5. Evolución de la teoría de los usos y gratificaciones
- 10.6. Refuerzos de la teoría de la dependencia mediática
- 10.7. La realidad virtual como objeto de estudio emergente
- 10.8. La inmersión psicológica del usuario
- 10.9. La telepresencia

## Asignatura 2

### Documentación informativa

#### Tema 1. Introducción a la documentación como ciencia

- 1.1. Introducción
- 1.2. La sociedad de la información y el conocimiento
- 1.3. Información y documentación
- 1.4. Definición de la documentación
- 1.5. El nacimiento de la documentación como ciencia
- 1.6. Los centros de documentación

#### Tema 2. Historia y características de la documentación Informativa

- 2.1. Introducción
- 2.2. Historia de la documentación informativa
- 2.3. Características generales de la documentación informativa
- 2.4. Principios de la documentación informativa
- 2.5. Funciones de la documentación informativa

#### Tema 3. La crónica periodística. Titulares, entradillas y recursos de estilo

- 3.1. Introducción
- 3.2. La titulación de las crónicas
- 3.3. Tipos de entradilla
- 3.4. El cuerpo: principales recursos de estilo
- 3.5. Obras de consulta: concepto y clasificación

#### Tema 4. El análisis documental I

- 4.1. Introducción
- 4.2. La cadena documental
- 4.3. La selección documental
- 4.4. El análisis documental
- 4.5. La catalogación
- 4.6. La descripción documental y el asiento bibliográfico

#### Tema 5. El análisis documental II

- 5.1. Introducción
- 5.2. La clasificación
- 5.3. La indización
- 5.4. El resumen
- 5.5. La referencia documental
- 5.6. Los lenguajes documentales

#### Tema 6. Recuperación de información y bases de datos

- 6.1. Introducción
- 6.2. La recuperación de información
- 6.3. Los sistemas de gestión de bases de datos
- 6.4. Lenguajes de interrogación y ecuaciones de búsqueda
- 6.5. La evaluación de la recuperación de información
- 6.6. Las bases de datos

#### Tema 7. La documentación fotográfica

- 7.1. Introducción
- 7.2. La fotografía
- 7.3. El documento fotográfico
- 7.4. Criterios de selección fotográfica
- 7.5. El análisis documental de las fotografías

#### Tema 8. La documentación radiofónica

- 8.1. Introducción
- 8.2. Características del documento sonoro
- 8.3. Tipología de los documentos radiofónicos
- 8.4. Los archivos radiofónicos
- 8.5. Análisis documental de la información sonora
- 8.6. La documentación informativa en la radio

#### Tema 9. La documentación audiovisual

- 9.1. Introducción
- 9.2. El documento audiovisual
- 9.3. La documentación televisiva
- 9.4. El análisis documental de la imagen en movimiento
- 9.5. La documentación cinematográfica

#### Tema 10. La documentación en prensa digital y en gabinetes de comunicación

- 10.1. Introducción
- 10.2. El servicio básico de documentación en medios escritos
- 10.3. El proceso documental en medios digitales
- 10.4. El servicio de documentación en la redacción digital
- 10.5. La documentación en los gabinetes de comunicación

## Asignatura 3

### Comunicación escrita

#### Tema 1. Historia de la comunicación

- 1.1. Introducción
- 1.2. La comunicación en la antigüedad
- 1.3. La revolución de la comunicación
- 1.4. La comunicación actual

#### Tema 2. Comunicación oral y escrita

- 2.1. Introducción
- 2.2. El texto y su lingüística
- 2.3. El texto y sus propiedades: coherencia y cohesión
  - 2.3.1. Coherencia
  - 2.3.2. Cohesión
  - 2.3.3. Recurrencia

#### Tema 3. La planificación o preescritura

- 3.1. Introducción
- 3.2. El proceso de escritura
- 3.3. La planificación
- 3.4. La documentación

#### Tema 4. El acto de escritura

- 4.1. Introducción
- 4.2. Estilo
- 4.3. Léxico
- 4.4. Oración
- 4.5. Párrafo

#### Tema 5. La reescritura

- 5.1. Introducción
- 5.2. La revisión
- 5.3. Cómo usar el ordenador para mejorar el texto
  - 5.3.1. Diccionario
  - 5.3.2. Buscar/cambiar
  - 5.3.3. Sinónimos
  - 5.3.4. Párrafo
  - 5.3.5. Matices
  - 5.3.6. Cortar y pegar
  - 5.3.7. Control de cambios, comentarios y comparación de versiones

#### Tema 6. Cuestiones de ortografía y gramática

- 6.1. Introducción
- 6.2. Problemas más comunes de acentuación
- 6.3. Mayúsculas
- 6.4. Signos de puntuación
- 6.5. Abreviaturas y siglas
- 6.6. Otros signos
- 6.7. Algunos problemas

#### Tema 7. Modelos textuales: la descripción

- 7.1. Introducción
- 7.2. Definición
- 7.3. Tipos de descripción
- 7.4. Clases de descripción
- 7.5. Técnicas
- 7.6. Elementos lingüísticos

#### Tema 8. Modelos textuales: la narración

- 8.1. Introducción
- 8.2. Definición
- 8.3. Características
- 8.4. Elementos
- 8.5. El narrador
- 8.6. Elementos lingüísticos

## 14 | Plan de estudios

### Tema 9. Modelos textuales: la exposición y el género epistolar

- 9.1. Introducción
- 9.2. La exposición
- 9.3. El género epistolar
- 9.4. Elementos

### Tema 10. Modelos textuales: la argumentación

- 10.1. Introducción
- 10.2. Definición
- 10.3. Elementos y estructura de la argumentación
- 10.4. Tipos de argumentos
- 10.5. Falacias
- 10.6. Estructura
- 10.7. Rasgos lingüísticos

### Tema 11. La escritura académica

- 11.1. Introducción
- 11.2. El trabajo científico
- 11.3. El resumen
- 11.4. La reseña
- 11.5. El ensayo
- 11.6. Las citas
- 11.7. La escritura en Internet

## Asignatura 4

### Tecnología y gestión de la información y del conocimiento

#### Tema 1. Nuevas tendencias de la comunicación

- 1.1. Introducción a la informática
- 1.2. ¿Qué es un ordenador?
- 1.3. Elementos de un ordenador
- 1.4. Los ficheros
- 1.5. La compresión de ficheros
- 1.6. Representación y medición de la información
- 1.7. La enseñanza a distancia
- 1.8. Reglas básicas de la comunicación en línea
- 1.9. ¿Cómo descargar información de Internet?
- 1.10. Guardar una imagen
- 1.11. El foro como lugar de interacción

#### Tema 2. El diseño y las utilidades de las aulas virtuales para la enseñanza a distancia

- 2.1. Introducción
- 2.2. La educación a distancia
- 2.3. Características
- 2.4. Ventajas de la educación a distancia
- 2.5. Generaciones de Educación a Distancia
- 2.6. Las aulas virtuales en la enseñanza a distancia.
- 2.7. El diseño de las aulas virtuales para la enseñanza a distancia
- 2.8. Los mundos virtuales y la educación a distancia
- 2.9. Segunda vida

### Tema 3. Técnicas para la planificación y organización

- 3.1. Introducción
- 3.2. Mapas de conocimiento
- 3.3. Funcionalidades
- 3.4. Clasificación de los mapas de conocimiento
- 3.5. Concepto y definición del mapa de conocimiento
- 3.6. Mapeo o aplicación de los conocimientos
- 3.7. Construcción de mapas de conocimiento
- 3.8. Tipos de mapas de conocimientos
- 3.9. Mapas de conocimiento con nombre propio
- 3.10. Mapas de conceptos
- 3.11. Mapas mentales
- 3.12. Páginas amarillas

### Tema 4. Entornos colaborativos de trabajo: herramientas y aplicaciones en la nube

- 4.1. Introducción
- 4.2. Evaluación comparativa
- 4.3. Conceptos
- 4.4. Punto de referencia y evaluación comparativa
- 4.5. Tipos y fases de benchmarking. Enfoques y aproximaciones de evaluación comparativa
- 4.6. Costes y beneficios de la evaluación comparativa
- 4.7. El caso Xerox
- 4.8. Memorias institucionales

### Tema 5. Comunicación en línea y comunicación en línea para el aprendizaje

- 5.1. Introducción
- 5.2. La comunicación en línea
- 5.3. ¿Qué es la comunicación y cómo se realiza?
- 5.4. ¿Qué es la comunicación en línea?
- 5.5. Comunicación en línea para el aprendizaje
- 5.6. Comunicación en línea para el aprendizaje y el estudiante a distancia
- 5.7. Herramientas libres de comunicación en línea.
- 5.8. Correo electrónico
- 5.9. Herramientas de mensajería instantánea
- 5.10. Herramienta Google Talk
- 5.11. Herramienta Pidgin
- 5.12. Herramienta Facebook Messenger
- 5.13. Herramienta WhatsApp

### Tema 6. Gestión del conocimiento

- 6.1. Introducción a la gestión del conocimiento
- 6.2. Matrices FODA
- 6.3. ¿Qué es la comunicación y cómo se realiza?
- 6.4. Definición
- 6.5. Pasos para construir un diagrama causa-efecto

### Tema 7. Herramientas de tratamiento de datos. Hojas de cálculo

- 7.1. Introducción a las hojas de cálculo
- 7.2. Orígenes
- 7.3. Celdas
- 7.4. Operaciones aritméticas básicas en hojas de cálculo
- 7.5. Las cuatro operaciones básicas
- 7.6. Operaciones con constantes
- 7.7. Operaciones con variables. Ventajas
- 7.8. Relativas

### Tema 8. Herramientas de presentación digital

- 8.1. Introducción
- 8.2. ¿Cómo preparar presentaciones académicas efectivas?
- 8.3. Planificación y esquematización de la presentación
- 8.4. Producción
- 8.5. Herramienta SlideShare
- 8.6. Características y funcionalidades principales
- 8.7. ¿Cómo usar SlideShare?

### Tema 9. Fuentes de información en línea

- 9.1. Introducción
- 9.2. Medios de comunicación tradicionales
- 9.3. Radio
- 9.4. Prensa
- 9.5. Televisión
- 9.6. Blog
- 9.7. Youtube
- 9.8. Redes sociales
- 9.9. Facebook
- 9.10. Twitter
- 9.11. Instagram
- 9.12. Snapchat
- 9.13. Publicidad en buscadores
- 9.14. Boletín informativo

### Tema 10. La saturación de la información

- 10.1. Introducción
- 10.2. La saturación de información
- 10.3. La información en el mundo actual
- 10.4. Prensa
- 10.5. Televisión
- 10.6. Radio
- 10.7. La manipulación de la información

## Asignatura 5

### Introducción al derecho

#### Tema 1. El derecho y las normas jurídicas

- 1.1. Concepto de derecho
- 1.2. Concepto de deber
- 1.3. La norma

#### Tema 2. Clasificación de las normas jurídicas

- 2.1. Criterios
- 2.2. Clasificación

#### Tema 3. Fuentes del derecho

- 3.1. Fuentes formales
- 3.2. Fuentes reales
- 3.3. Fuentes históricas

#### Tema 4. Aceptaciones del término derecho

- 4.1. Derecho positivo y derecho vigente
- 4.2. Derecho objetivo y derecho subjetivo
- 4.3. Derecho real y derecho personal

#### Tema 5. Lenguaje normativo

- 5.1. Conceptos de ley, norma y regla
- 5.2. Notas que distinguen los sistemas normativos

#### Tema 6. El Estado y derecho

- 6.1. Conceptos de justicia
- 6.2. Estado y sus elementos
- 6.3. Estado mexicano

#### Tema 7. El derecho como ciencia

- 7.1. Disciplinas jurídicas especiales
- 7.2. Disciplinas jurídicas auxiliares

#### Tema 8. Hechos y actos jurídicos

- 8.1. Supuestos jurídicos
- 8.2. Concepto de hecho jurídicos
- 8.3. Concepto de actos jurídicos

#### Tema 9. Sujetos de derecho

- 9.1. Persona física
- 9.2. Persona moral o jurídica
- 9.3. Atributos de las personas físicas

### Tema 10. Interpretación jurídica

- 10.1. Concepto de técnica jurídica
- 10.2. Métodos de interpretación
- 10.3. Reglas de interpretación

## Asignatura 6

### Lengua española

#### Tema 1. La lengua en los medios de comunicación de masas

- 1.1. Introducción
- 1.2. Rasgos del lenguaje periodísticos
- 1.3. El lenguaje en los distintos canales de difusión informativa
- 1.4. Responsabilidad lingüística de los profesionales de la comunicación
- 1.5. Los libros de estilo: definición y función

#### Tema 2. Semiótica

- 2.1. Introducción
- 2.2. El signo
- 2.3. Los sistemas de signos: los códigos
- 2.4. La semiótica lingüística
- 2.5. Lenguaje, lengua, habla y norma

#### Tema 3. Fonética y fonología del español

- 3.1. Introducción
- 3.2. Fonética y Fonología: objeto de estudio
- 3.3. Sistema vocálico del español: las vocales de la lengua española
- 3.4. Sistema consonántico del español: las consonantes de la lengua española
- 3.5. Subsistemas vocálicos y consonánticos del español
- 3.6. Los elementos suprasegmentales: el acento y la entonación
- 3.7. Las normas ortográficas: principales cambios en la nueva ortografía de lengua española de la RAE (2010)

### Tema 4. Morfología del español: morfología flexiva

- 4.1. Introducción
- 4.2. Morfología y unidades de análisis morfológico: palabras, morfemas y lexemas
- 4.3. Morfología flexiva
- 4.4. Problemas y errores de naturaleza morfológica más comunes

### Tema 5. Morfología del español: morfología derivativa

- 5.1. Introducción
- 5.2. Mecanismos neológicos formales: procedimientos morfológicos de formación de palabras en español
- 5.3. Dudas relacionadas con la formación de palabras
- 5.4. La formación del plural en los compuestos

### Tema 6. Sintaxis del español: la oración simple

- 6.1. Introducción
- 6.2. El sintagma: características
- 6.3. Tipos de sintagma
- 6.4. Los complementos del núcleo verbal: las funciones sintácticas oracionales
- 6.5. Otras funciones de la enunciación
- 6.6. Clasificación oracional
- 6.7. Errores de naturaleza sintáctica

### Tema 7. Sintaxis del español: la oración compuesta

- 7.1. Introducción
- 7.2. La coordinación
- 7.3. La subordinación
- 7.4. Errores de naturaleza sintáctica (oración compuesta)

### Tema 8. Semántica y lexicología del español

- 8.1. Introducción
- 8.2. Distinciones terminológicas: el significado
- 8.3. Unidades de análisis semántico: el análisis componencial del significado
- 8.4. El paradigma cognitivo: la teoría de prototipos
- 8.5. Las relaciones semánticas
- 8.6. El cambio semántico
- 8.7. Las herramientas lexicográficas: los diccionarios

### Tema 9. Pragmática del español

- 9.1. Introducción
- 9.2. Conceptos básicos de la pragmática
- 9.3. Austin y Searle: la teoría de los actos de habla
- 9.4. Grice: el principio de cooperación
- 9.5. Sperber y Wilson: la teoría de la relevancia
- 9.6. Más allá de las fronteras oracionales: el enunciado y el texto

### Tema 10. Sociolingüística del español

- 10.1. Introducción
- 10.2. El español como entramado de variedades
- 10.3. Variedades diatópicas del español
- 10.4. Variedades diastráticas del español
- 10.5. Variedades diafásicas del español
- 10.6. La norma panhispánica del español: el español como lengua policéntrica

## Asignatura 7

### Teoría de la comunicación interpersonal

#### Tema 1. Naturaleza de la comunicación y de la comunicación interpersonal

- 1.1. Introducción
- 1.2. Naturaleza de la comunicación
- 1.3. Elementos estructurales del proceso comunicativo
- 1.4. Funciones de la comunicación
- 1.5. Definición de comunicación y principios básicos

#### Tema 2. Teorías de la comunicación

- 2.1. Introducción
- 2.2. Naturaleza de las teorías científicas
- 2.3. Objetivos de la teoría
- 2.4. Teoría del interaccionismo simbólico
- 2.5. Teorías de la disonancia cognitiva

#### Tema 3. La comunicación en grupos

- 3.1. Introducción
- 3.2. Factores determinantes en la comunicación grupal
- 3.3. Las defensas en la interacción comunicativa
- 3.4. Redes sociales de comunicación

#### Tema 4. La comunicación verbal

- 4.1. Introducción
- 4.2. La naturaleza del lenguaje
- 4.3. El lenguaje: procesos básicos
- 4.4. Claridad de los mensajes
- 4.5. Hablar con propiedad
- 4.6. La crónica deportiva
- 4.7. Construcción de la realidad, lenguaje y comunicación

### Tema 5. La comunicación no verbal

- 5.1. Introducción
- 5.2. Movimientos corporales
- 5.3. Contacto visual
- 5.4. Funciones de los movimientos corporales
- 5.5. Influencia de la cultura en la expresión de los movimientos corporales
- 5.6. Diferencias de género en movimientos corporales
- 5.7. Elementos paralingüísticos
- 5.8. Estilo personal
- 5.9. Comunicación no verbal y el ambiente

#### Tema 6. La comunicación mendaz: producción y detección de la mentira

- 6.1. Introducción
- 6.2. La mentira como objeto de estudio en el marco de la comunicación interpersonal
- 6.3. Procesos subyacentes en la emisión de una mentira
- 6.4. Indicadores no verbales de la mentira
- 6.5. Consideraciones finales sobre la mentira y su detección

#### Tema 7. Hablar en público I

- 7.1. Introducción
- 7.2. Fase de preparación
  - 7.2.1. Elección del tema, examen de la audiencia y especificación de objetivos
  - 7.2.2. Recopilar información pertinente sobre el tema

#### Tema 8. Hablar en público II

- 8.1. Introducción
- 8.2. Postulados de la acción comunicativa
- 8.3. Habilidades no verbales
- 8.4. Habilidades paralingüísticas
- 8.5. Miedo a hablar en público
  - 8.5.1. Cómo controlar el miedo a hablar en público

### Tema 9. La influencia interpersonal

- 9.1. Introducción
- 9.2. El principio de contraste
- 9.3. El principio de sanción social
- 9.4. El principio de simpatía
- 9.5. El principio de reciprocidad
- 9.6. El principio de escasez
- 9.7. El principio del compromiso y coherencia

#### Tema 10. La escucha activa

- 10.1. Introducción
- 10.2. Barreras a la escucha
- 10.3. El proceso de escuchar

## Asignatura 8

### Introducción a la economía

#### Tema 1. Introducción a la oferta, la demanda, el equilibrio y cambios en el mercado

- 1.1. Economía: principios y definiciones
  - 1.1.1. Principios a la economía y conceptos
  - 1.1.2. Micro y macro economía
  - 1.1.3 La escasez de recursos
  - 1.1.4. Modelos básicos de la economía
- 1.2. El Coste de oportunidad
  - 1.2.1. Análisis
  - 1.2.2. Valor actual neto
- 1.3. El punto de equilibrio
  - 1.3.1. Concepto
  - 1.3.2. Tipos de coste
  - 1.3.3. Cálculo y resultados



**Tema 2. La demanda, la oferta y las preferencias del mercado**

- 2.1. Mercados y tipos de mercado
  - 2.1.1. Concepto de mercado
  - 2.1.2. Tipos de mercado
  - 2.1.3. Naturaleza de los productos
- 2.2. Demanda de mercado
  - 2.2.1. Definición y conceptualización
  - 2.2.2. Determinantes de la demanda
- 2.3. Oferta de mercado
  - 2.3.1. Definición y conceptualización
  - 2.3.2. Determinantes de la oferta
  - 2.3.3. La influencia de la competencia
- 2.4. Equilibrio y estática
  - 2.4.1. Estática comparativa
  - 2.4.2. Funciones de la estática comparativa
  - 2.4.3. El equilibrio económico
  - 2.4.4. El equilibrio dinámico

**Tema 3. La restricción presupuestaria y el equilibrio del consumidor**

- 3.1. Restricción presupuestaria y desplazamientos
  - 3.1.1. Concepto
  - 3.1.2. Pendiente de la recta de balance
  - 3.1.3. Movimientos en la recta del balance
- 3.2. Elección óptima
  - 3.2.1. Concepto
  - 3.2.2. Curva de indiferencia
  - 3.2.3. Función de utilidad
- 3.3. Elección óptima
  - 3.3.1. Concepto
  - 3.3.2. Curva de indiferencia
  - 3.3.3. Función de utilidad

**Tema 4. El excedente del consumidor y del productor. La eficiencia del equilibrio competitivo**

- 4.1. Excedente del consumidor y productor
  - 4.1.1. Ley de rendimientos decrecientes
  - 4.1.2. Curva de la oferta y la demanda
  - 4.1.3. Utilidad marginal creciente y decreciente
- 4.2. La eficiencia del equilibrio competitivo
  - 4.2.1. Concepto
  - 4.2.2. Las condiciones matemáticas de equilibrio a corto plazo
  - 4.2.3. Las condiciones matemáticas de equilibrio competitivo a largo plazo

**Tema 5. Precios máximos y mínimos, el efecto de un impuesto indirecto**

- 5.1. Precios máximos y mínimos
  - 5.1.1. Conceptualización
  - 5.1.2. Precio máximo
  - 5.1.3. Precio mínimo
- 5.2. Efecto de un impuesto indirecto
  - 5.2.1. Definición y conceptos más importantes
  - 5.2.2. Incidencia legal y económica
  - 5.2.3. Análisis de la incidencia económica

**Tema 6. Elasticidad del precio de la demanda y factores determinantes de la elasticidad**

- 6.1. Elasticidad en el precio de la demanda
  - 6.1.1. Conceptos
  - 6.1.2. Factores que determinan la elasticidad precio de la demanda
  - 6.1.3. Ingreso total y elasticidad
- 6.2. Resumen de los tipos de elasticidad
  - 6.2.1. Perfectamente o infinitamente elástica
  - 6.2.2. Perfectamente o infinitamente inelástica
  - 6.2.3. Mayor y menor a 1
  - 6.2.4. Igual a 0

**Tema 7. Elasticidad de la demanda cruzada y su cálculo analítico**

- 7.1. Elasticidad cruzada
  - 7.1.1. Contexto
  - 7.1.2. Conceptos y definiciones
  - 7.1.3. Bienes sustitutos y bienes independientes
- 7.2. Cálculo analítico
  - 7.2.1. Fórmula
  - 7.2.2. Cálculo y ejemplos

**Tema 8. La función de producción y rendimientos**

- 8.1. La función de producción
  - 8.1.1. Supuestos básicos
  - 8.1.2. Producción total
  - 8.1.3. Producción media
  - 8.1.4. Producción marginal
- 8.2. Ley de rendimientos decrecientes
  - 8.2.1. Concepto
  - 8.2.2. Gráfica e interpretaciones
  - 8.2.3. Rendimientos a escala

**Tema 9. Los costes a corto plazo y a largo plazo**

- 9.1. Funciones de costes
  - 9.1.1. Definiciones y conceptos
  - 9.1.2. Los costes de la empresa
  - 9.1.3. Formulación y representaciones
- 9.2. Costes a corto plazo
  - 9.2.1. Concepto y definiciones
  - 9.2.2. Tipos de costes a corto plazo
  - 9.2.3. Formulación
- 9.3. Costes a largo plazo
  - 9.3.1. Concepto y definiciones
  - 9.3.2. Tipos de costes a largo plazo
  - 9.3.3. Formulación

**Tema 10. Magnitudes básicas de la economía**

- 10.1. La actividad económica
  - 10.1.1. Conceptualización
  - 10.1.2. El crecimiento económico
  - 10.1.3. Sector público
  - 10.1.4. Objetivos generales
- 10.2. Índices de precios e indicadores de mercados
  - 10.2.1. Conceptualización
  - 10.2.2. Índices simples y complejos
  - 10.2.3. Producto Interno Bruto nominal
  - 10.2.4. Producto Interno Bruto real
- 10.3. Flujo circular de la renta
  - 10.3.1. Conceptualización
  - 10.3.2. Tipos de flujo: real y monetario
  - 10.3.3. Intervención del sector público

**Tema 11. Políticas monetarias**

- 11.1. El dinero y su circulación
  - 11.1.1. Conceptualización y objetivos
  - 11.1.2. La demanda de dinero
  - 11.1.3. Circulación del dinero
- 11.2. Equilibrio en el mercado de dinero y políticas monetarias
  - 11.2.1. Equilibrios en el mercado
  - 11.2.2. Operaciones en mercado abierto
  - 11.2.3. Política monetaria convencional y no convencional

**Tema 12. Estructuras y tipos de mercado**

- 12.1. Estructuras de mercado
  - 12.1.1. Concepto de mercado
  - 12.1.2. Competencia perfecta e imperfecta
  - 12.1.3. Monopolio
  - 12.1.4. Oligopolio y duopolio
  - 12.1.5. Monopsonio
  - 12.1.6. Oligopsonio

## 18 | Plan de estudios

### Tema 13. Mercados no competitivos

- 13.1. Competencia mercado monopolístico
  - 13.1.1. Concepto de monopolio
  - 13.1.2. Coste social del monopolio
  - 13.1.3. Discriminación de precios
- 13.2. Competencia mercado oligopolio
  - 13.2.1. Concepto de oligopolio
  - 13.2.2. Diferentes tipos de oligopolios

### Tema 14. Modelo de la oferta y demanda agregada

- 14.1. La demanda agregada
  - 14.1.1. Concepto
  - 14.1.2. Bases de cálculo
  - 14.1.3. Curva de la demanda agregada
- 14.2. El multiplicador keynesiano
  - 14.2.1. Concepto
  - 14.2.2. Efectos provocados por el multiplicador
  - 14.2.3. Bases de cálculo
- 14.3. La oferta agregada
  - 14.3.1. Concepto
  - 14.3.2. Factores
  - 14.3.3. Variaciones

### Tema 15. Relaciones económicas internacionales

- 15.1. Comercio internacional
  - 15.1.1. Conceptos básicos
  - 15.1.2. Tipo de cambio y relación real de intercambio
  - 15.1.3. Instrumentos de política comercial
- 15.2. Balanza de pagos y teorías del tipo de cambio
  - 15.2.1. La balanza de pagos
  - 15.2.2. Teorías del tipo de cambio

## Asignatura 9

### Teoría del periodismo

#### Tema 1. Definición y tipos de periódicos

- 9.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
- 9.2. Conceptos clave: comunicación, información y periodismo
- 9.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad
- 9.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación
- 9.5. Definición y características del diario
- 9.6. Historia
- 9.7. Temáticas
- 9.8. Precio de venta
- 9.9. Formato
- 9.10. Los contenidos del diario
- 9.11. Secciones

#### Tema 2. Principales herramientas periodísticas

- 2.1. Introducción
- 2.2. Principales herramientas periodísticas
- 2.3. Criterios de selección
- 2.4. ¿Qué son?
- 2.5. Clasificaciones
- 2.6. Relación con la actualidad

#### Tema 3. Elementos del periódico

- 3.1. Introducción
- 3.2. Elementos del periódico
- 3.3. Diferentes elementos

#### Tema 4. El periodista y sus capacidades o habilidades periodísticas

- 4.1. Introducción
- 4.2. El periodista y sus habilidades o capacidades periodísticas
- 4.3. Debate sobre la profesión periodísticas
- 4.4. Actitudes
- 4.5. Actitudes prácticas
- 4.6. Actitudes intelectuales y morales

### Tema 5. La organización de un periódico

- 5.1. Introducción
- 5.2. Dos estructuras en una: la empresa y la redacción
- 5.3. Principios editoriales
- 5.4. Estatutos de redacción
- 5.5. Roles en la redacción
- 5.6. Epílogo: de la versión digital a la edición digital

#### Tema 6. El trabajo periodístico

- 6.1. Introducción
- 6.2. El trabajo periodístico
- 6.3. Qué es y cómo se organiza una redacción
- 6.4. A diario
- 6.5. La planificación a largo plazo
- 6.6. Trabajo individual y colectivo
- 6.7. Trabajos individuales
- 6.8. Trabajos colectivos
- 6.9. Libros de estilo

#### Tema 7. Deontología periodística

- 7.1. Introducción
- 7.2. Origen y evolución histórica
- 7.3. El Informe Hutchins
- 7.4. El Informe McBride
- 7.5. Una forma de regular la profesión
- 7.6. Funciones de la autorregulación
- 7.7. Códigos deontológicos

#### Tema 8. Tipos de periodismo

- 8.1. Introducción
- 8.2. Periodismo de investigación
- 8.3. Cualidades del periodista de investigación
- 8.4. Esquema Williams
- 8.5. Técnicas de investigación-innovación
- 8.6. Periodismo de precisión
- 8.7. Especializaciones del periodismo de precisión
- 8.8. Periodismo de servicio
- 8.9. Características temáticas
- 8.10. La especialización periodística
- 8.11. Desarrollo de la información especializada

### Tema 9. Periodismo y retórica

- 9.1. Introducción
- 9.2. Separación información-opinión
- 9.3. Las teorías de los géneros periodísticos
- 9.4. Aportaciones de la retórica
- 9.5. La elocución

#### Tema 10. El periodismo como actor político

- 10.1. Introducción
- 10.2. El periódico según los teóricos
- 10.3. El periódico, actor de conflicto
- 10.4. El periódico como comunicación
- 10.5. El periódico en los niveles extra, inter, intra
- 10.6. El periódico como pacificador
- 10.7. Mecanismo de alarma
- 10.8. Creador de atmósferas, movilizador para la paz
- 10.9. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas
- 10.10. El periódico como institución misionera
- 10.11. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio
- 10.12. El periódico como narrador y participante de conflictos

#### Tema 11. El periodismo como actor social

- 11.1. Introducción
- 11.2. El periódico como intérprete y mediador
- 11.3. El periódico como miembro del sistema político y como sistema parapolítico
- 11.4. El periódico como informador y pseudocomunicador político
- 11.5. El periódico como destinatario de las políticas comunicativas de otros actores sociales

**Asignatura 10****Comunicación visual****Tema 1. La comunicación visual**

- 1.1. Introducción
- 1.2. Comunicación visual y alfabetización visual
  - 1.2.1. El aprendizaje de la cultura visual
  - 1.2.2. Lenguaje natural o lenguaje arbitrario
- 1.3. Cualidades de la Comunicación Visual
  - 1.3.1. Inmediatez
  - 1.3.2. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
  - 1.3.3. Grado de complejidad del mensaje
- 1.4. Definición de la Comunicación Visual

**Tema 2. El diseño gráfico**

- 2.1. Introducción
- 2.2. El diseño
- 2.3. El diseño gráfico
  - 2.3.1. El grafismo
  - 2.3.2. Diseño y arte
- 2.4. Diseño gráfico y comunicación
- 2.5. Ámbitos de aplicación del diseño gráfico

**Tema 3. Antecedentes y evolución de la comunicación visual**

- 3.1. Introducción
- 3.2. El problema del origen
- 3.3. La Prehistoria
- 3.4. La Edad Antigua
  - 3.4.1. Grecia
  - 3.4.2. Roma
- 3.5. La Edad Media
- 3.6. El Renacimiento: surgimiento de la imprenta en Europa
- 3.7. Del siglo XVI al XVIII
- 3.8. El siglo XIX y la primera mitad del siglo XX

**Tema 4. El significado de los mensajes visuales**

- 4.1. Introducción
- 4.2. La imagen, objeto significante
- 4.3. La cualidad representacional de la imagen: la iconicidad
  - 4.3.1. Tipo, patrón y forma
- 4.4. La cualidad plástica de la imagen
  - 4.4.1. El signo plástico
- 4.5. La cualidad simbólica
- 4.6. Otros códigos visuales

**Tema 5. La persuasión**

- 5.1. Introducción
- 5.2. La persuasión de la publicidad
- 5.3. Características

**Tema 6. Elementos relativos a la representación de la imagen**

- 6.1. Introducción
- 6.2. Elementos relativos a la representación de la imagen
- 6.3. La articulación de la representación de la imagen
  - 6.3.1. El concepto de la representación
  - 6.3.2. La articulación de la representación
  - 6.3.3. La significación plástica
- 6.4. Elementos morfológicos de la imagen
- 6.5. Elementos escalares de la imagen
  - 6.5.1. El tamaño
  - 6.5.2. La escala
  - 6.5.3. La proporción
  - 6.5.4. El formato

**Tema 7. La composición**

- 7.1. Introducción
- 7.2. La composición o sintaxis visual
- 7.3. El equilibrio
- 7.4. Elementos dinámicos de la representación
- 7.5. La composición normativa

**Tema 8. El color y la luz**

- 8.1. Introducción
- 8.2. Luz, color y percepción
  - 8.2.1. La luz y el espectro cromático visible
  - 8.2.2. La percepción de la luz y los colores
  - 8.2.3. La capacidad de adaptación del sistema perceptivo
  - 8.2.4. La temperatura de color de una fuente de luz
- 8.3. Los colores primarios
- 8.4. Técnicas básicas de reproducción del color
- 8.5. Dimensiones del color
- 8.6. Tipos de armonía y construcción de paletas
- 8.7. Funciones plásticas del color

**Tema 9. La Tipografía**

- 9.1. Introducción
- 9.2. Estructura formal y medición de los tipos
- 9.3. Clasificación de tipos de letra
- 9.4. La composición del texto
- 9.5. Cuestiones que afectan a la legibilidad

**Tema 10. El diseño editorial y la infografía**

- 10.1. Introducción
- 10.2. Diseño editorial
- 10.3. Infografía
- 10.4. Funciones del diseño periodístico
- 10.5. Acotación final del término diseño periodístico
- 10.6. Arbitrariedad o naturalidad del diseño periodístico
- 10.7. Articulación del lenguaje visual del diseño periodístico

**Asignatura 11****Análisis de la imagen audiovisual****Tema 1. Fundamentos teóricos y metodología de análisis**

- 1.1. Diferencias entre la crítica y el análisis fílmico: el método científico
- 1.2. Criterios para la crítica cinematográfica

**Tema 2. El análisis fílmico: instrumental y métodos I**

- 2.1. La propuesta de Jaques y Michel Marie Aumont
- 2.2. La propuesta de Francesco Casetti y Federico di Chio

**Tema 3. El análisis fílmico: instrumental y métodos II**

- 3.1. El análisis fílmico según David Bordwell

**Tema 4. El enfoque histórico del análisis cinematográfico**

- 4.1. Los enfoques tradicionales
- 4.2. La propuesta de Robert Allen y David Gomery

**Tema 5. El análisis de la imagen cinematográfica**

- 5.1. La verosimilitud espacial y la planificación con fines dramáticos y psicológicos del modelo clásico
- 5.2. Los procesos de identificación
- 5.3. La aproximación estética

**Tema 6. Aproximación cultural al análisis de la imagen fílmica**

- 6.1. Análisis fílmico y cultura popular
- 6.2. Aproximaciones culturales al análisis fílmico

### Tema 7. El análisis de la imagen televisiva

- 7.1. Principales métodos y técnicas de investigación para abordar el análisis televisivo
- 7.2. Estudio de casos

### Tema 8. El enfoque histórico del análisis televisivo

- 8.1. El análisis televisivo desde una perspectiva histórica
- 8.2. Estudios de caso

### Tema 9. Análisis de informativos audiovisuales

- 9.1. Análisis de los productos audiovisuales informativos
- 9.2. Estudio de casos

### Tema 10. Análisis de la imagen publicitaria

- 10.1. Análisis de los productos audiovisuales persuasivos
- 10.2. Análisis del videoclip

## Asignatura 12

### Introducción a la psicología de la comunicación

#### Tema 1. Historia de la Psicología

- 1.1. Introducción
- 1.2. Comenzamos con el estudio de la psicología
- 1.3. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
- 1.4. Paradigmas y etapas en la psicología
- 1.5. La ciencia cognitiva

#### Tema 2. Psicología social

- 2.1. Introducción
- 2.2. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
- 2.3. Empatía, altruismo y conducta de ayuda

### Tema 3. Cognición social

- 3.1. Introducción
- 3.2. Pensar y conocer, necesidades vitales
- 3.3. La cognición social
- 3.4. Organizando la información
- 3.5. El pensamiento: prototípico o categorial
- 3.6. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
- 3.7. El procesamiento automático de la información

### Tema 4. Psicología de la personalidad

- 4.1. Introducción
- 4.2. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
- 4.3. La autoconciencia
- 4.4. La autoestima
- 4.5. El autoconocimiento
- 4.6. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
- 4.7. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
- 4.8. Una nueva perspectiva en el estudio de la personalidad. La personalidad narrativa

### Tema 5. Las emociones

- 5.1. Introducción
- 5.2. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
- 5.3. La naturaleza de las emociones
- 5.4. La emoción como preparación para la acción
- 5.5. Emociones y personalidad
- 5.6. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales

### Tema 6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes

- 6.1. Introducción
- 6.2. Las actitudes
- 6.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
- 6.4. El modelo de probabilidad de elaboración
- 6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
- 6.6. Una perspectiva histórica

### Tema 7. El emisor

- 7.1. Introducción
- 7.2. La fuente de la comunicación persuasiva
- 7.3. Características de la fuente. La credibilidad
- 7.4. Características de la fuente. El atractivo
- 7.5. Características del emisor. El poder
- 7.6. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
- 7.7. Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria

### Tema 8. El mensaje

- 8.1. Introducción
- 8.2. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
- 8.3. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
- 8.4. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo

### Tema 9. El receptor

- 9.1. Introducción
- 9.2. El papel del receptor según el Modelo de Probabilidad de Elaboración
- 9.3. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
- 9.4. Necesidad de estima y comunicación

### Tema 10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación

- 10.1. Introducción
- 10.2. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
- 10.3. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
- 10.4. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
- 10.5. Las teorías de sistemas de procesamiento duales
- 10.6. Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales

## Asignatura 13

### Historia social y política contemporánea

#### Tema 1. La crisis del antiguo régimen

- 1.1. Introducción
- 1.2. La crisis del antiguo régimen
- 1.3. La ilustración
- 1.4. La independencia de las trece colonias inglesas de Norteamérica
- 1.5. La Revolución Francesa
- 1.6. La Europa napoleónica

#### Tema 2. La revolución industrial y el movimiento obrero

- 2.1. Introducción
- 2.2. Concepto de Revolución Industrial
- 2.3. Principales características
- 2.4. Fases
- 2.5. La Revolución Industrial en Gran Bretaña
- 2.6. Transformaciones económicas
- 2.7. La Revolución Agraria
- 2.8. La Revolución Democrática
- 2.9. Transformaciones tecnológicas y sociales

#### Tema 3. De la Europa de la restauración a los grandes procesos de unificación nacional (1815-1870)

- 3.1. Introducción
- 3.2. El nuevo mapa europeo
- 3.3. La Europa de los Congresos
- 3.4. La Francia de Luis XVIII
- 3.5. Las oleadas revolucionarias de 1820, 1830 y 1848
- 3.6. Los procesos de unificación nacional decimonónicos: Italia y Alemania
- 3.7. El sufragismo femenino
- 3.8. España (1814-1874): monarquía, república y antecedentes de la Restauración

#### Tema 4. La época del imperialismo y la Paz Armada (1870-1914)

- 4.1. Introducción
- 4.2. El imperialismo
- 4.3. La colonización de Asia y África
- 4.4. La cuestión de Oriente
- 4.5. La caída de Bismarck y la reorientación diplomática
- 4.6. El camino hacia la guerra (1905-1914)
- 4.7. La Bella época

#### Tema 5. Historia de América Latina

- 5.1. Introducción
- 5.2. El período precolombino
- 5.3. Época colonial
- 5.4. Viajando al nuevo mundo

#### Tema 6. Revoluciones del siglo XIX: La era poscolonial

- 6.1. Introducción
- 6.2. Revoluciones del siglo XIX
- 6.3. Fin de las colonias
- 6.4. Siglo XX

#### Tema 7. La I Guerra Mundial

- 7.1. Introducción
- 7.2. Antecedentes
- 7.3. El desarrollo de la Gran Guerra
- 7.4. El estallido del conflicto
- 7.5. Bandos
- 7.6. Fases
- 7.7. La organización de la Paz

#### Tema 8. La Revolución rusa y el ascenso de los regímenes totalitarios en el periodo de entreguerras

- 8.1. Introducción
- 8.2. La Revolución rusa
- 8.3. El comunismo
- 8.4. La crisis de 1929
- 8.5. Causas del ascenso de los fascismos
- 8.6. El fascismo italiano
- 8.7. El nazismo alemán

#### Tema 9. La II Guerra Mundial y sus consecuencias

- 9.1. Introducción
- 9.2. Causas de la II Guerra Mundial
- 9.3. Características del conflicto
- 9.4. Fases
- 9.5. Consecuencias de la II Guerra Mundial
- 9.6. La organización de la paz

#### Tema 10. La Guerra Fría

- 10.1. Introducción
- 10.2. Segunda Guerra Mundial y la posguerra (1939-1947)
- 10.3. Las conferencias
- 10.4. El telón de acero
- 10.5. Europa
- 10.6. Asia
- 10.7. La carrera al abismo: del aumento de las tensiones a la crisis de Cuba (1953-1962)
- 10.8. Las détente (1962-1979)
- 10.9. «segunda Guerra Fría»: Reagan, Gorbachov y el final de la Guerra Fría (1979-1989)
- 10.10. La caída del muro y la disolución de la Unión Soviética (1989-1991)
- 10.11. La Guerra Fría en América Latina

### Asignatura 14

#### Comunicación institucional

##### Tema 1. La dirección de Comunicación

- 1.1. Introducción
- 1.2. Historia de la comunicación institucional
- 1.3. Principales características de la comunicación institucional
- 1.4. La dirección de comunicación
- 1.5. Guía para el análisis de la estructura de la comunicación

#### Tema 2. Ética, cultura y valores

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Ética en la comunicación institucional
- 2.3. Cultura en la comunicación institucional
- 2.4. Valores en la comunicación institucional

#### Tema 3. Identidad e imagen corporativa

- 3.1. Introducción
- 3.2. Imagen de marca
- 3.3. Identidad
- 3.4. Errores en la imagen corporativa

#### Tema 4. Publicidad y comunicación

- 4.1. Introducción
- 4.2. Industria publicitaria
- 4.3. La importancia de la comunicación

#### Tema 5. Comunicación digital

- 5.1. Introducción
- 5.2. El papel de la comunicación digital
- 5.3. Ventajas de la comunicación digital

#### Tema 6. Gestión de eventos

- 6.1. Introducción
- 6.2. Definición
- 6.3. Gestión de eventos

#### Tema 7. Patrocinio y mecenazgo

- 7.1. Introducción
- 7.2. El patrocinio
- 7.3. El mecenazgo

#### Tema 8. Grupos de presión

- 8.1. Introducción
- 8.2. Definición
- 8.3. Los grupos de presión en comunicación

#### Tema 9. Comunicación interna

- 9.1. Introducción
- 9.2. Definición
- 9.3. Características de la comunicación interna

#### Tema 10. Crisis

- 10.1. Introducción
- 10.2. Crisis de la comunicación institucional
- 10.3. Nuevos retos de la comunicación institucional

#### Tema 11. Comunicación financiera

- 11.1. Introducción
- 11.2. La comunicación financiera
- 11.3. La importancia de la comunicación financiera

#### Tema 12. Protocolo empresarial

- 12.1. Introducción
- 12.2. Definición
- 12.3. Protocolo empresarial

### Asignatura 15

#### Literatura y creación literaria

##### Tema 1. Los géneros literarios

- 1.1. Introducción
- 1.2. Definición de género literario
- 1.3. Definición histórica de los géneros literarios
- 1.4. Delimitación de los géneros literarios: poesía, narrativa, teatro y ensayo
- 1.5. Elegir el género

##### Tema 2. El proceso de creación y la ficción: de la idea inicial al texto narrativo

- 2.1. Introducción
- 2.2. Primeros pasos en el proceso de creación
- 2.3. De la idea inicial a la ficción
- 2.4. De la ficción al texto narrativo
- 2.5. El texto narrativo como acto de comunicación
- 2.6. Cómo idear una ficción

## 22 | Plan de estudios

### Tema 3. El autor y el estilo literario

- 3.1. Introducción
- 3.2. El escritor frente al autor
- 3.3. El estilo literario del autor
- 3.4. La influencia. Intertextualidad
- 3.5. Cómo elegir el estilo

### Tema 4. El plano del discurso: el narrador, el narratario y la estructura

- 4.1. Introducción
- 4.2. El narrador y el punto de vista
- 4.3. El autor frente al narrador
- 4.4. El narratario
- 4.5. La estructura narrativa
- 4.6. Cómo construir el discurso

### Tema 5. El plano de la historia: los personajes, el tiempo y el espacio

- 5.1. Introducción
- 5.2. El personaje
- 5.3. La voz del personaje. Las relaciones enunciativas
- 5.4. El tiempo narrativo
- 5.5. El espacio narrativo
- 5.6. Cómo crear la historia

### Tema 6. El siglo XIX: la novela realista y naturalista

- 6.1. Introducción
- 6.2. El siglo XIX en Europa: breve panorama general
- 6.3. La cultura en el siglo XIX
- 6.4. La novela realista en Europa (mediados de siglo)
- 6.5. Algunos autores realistas: Flaubert, Dostoievski y Tolstói
- 6.6. La novela naturalista (último tercio de siglo)

### Tema 7. La narrativa de M. Proust y F. Kafka en las primeras décadas del siglo XX

- 7.1. Introducción
- 7.2. Del XIX al XX: la crisis fin de siglo
- 7.3. París a principios de siglo: la narrativa de Marcel Proust (1871-1922)
- 7.4. Praga a principios de siglo: la narrativa de Franz Kafka (1883-1924)
- 7.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Real Madrid

### Tema 8. El Experimentalismo inglés: J. Joyce y V. Woolf. Años 10-20

- 8.1. Introducción
- 8.2. La renovación de la literatura en lengua inglesa desde principios del siglo XX
- 8.3. Virginia Woolf (1882-1941) y el Grupo Bloomsbury
- 8.4. La narrativa de James Joyce (1882-1941)

### Tema 9. París antes y después de la guerra (entre los 20 y los 40). De la Generación Perdida al Existencialismo

- 9.1. Introducción
- 9.2. Los felices años 20 en París: Getrude Stein y la Generación Perdida
- 9.3. Años 30: hacia el compromiso en la literatura
- 9.4. Años 40: el Existencialismo

### Tema 10. Años 50 y 60 en Estados Unidos. Tendencias de literatura y periodismo: la no ficción novel y el Nuevo Periodismo

- 10.1. Introducción
- 10.2. Estados Unidos tras la Segunda Guerra Mundial: literatura y periodismo en los años 50-60
- 10.3. La escuela del The New Yorker: John Hersey y sus novelas-reportaje
- 10.4. El Nuevo periodismo de los 60

## Asignatura 16

### Teoría de la publicidad

#### Tema 1. Fundamentos de la publicidad

- 1.1. Introducción
- 1.2. Nociones básicas sobre la publicidad y mercadotecnia
- 1.3. La Mercadotecnia
- 1.4. La publicidad
- 1.5. Publicidad, relaciones públicas y propaganda
- 1.6. Dimensiones y alcance social de la publicidad contemporánea
- 1.7. La publicidad de éxito: KFC

#### Tema 2. Historia de la publicidad

- 2.1. Introducción
- 2.2. Origen
- 2.3. La Revolución Industrial y la publicidad
- 2.4. El desarrollo de la industria publicitaria
- 2.5. La publicidad en el mundo Internet
- 2.6. Publicidad de éxito: estudio del caso Coca – Cola

#### Tema 3. La publicidad y sus protagonistas I: El anunciante

- 3.1. Introducción
- 3.2. El funcionamiento de la industria publicitaria
- 3.3. Tipos de anunciantes
- 3.4. La publicidad en el organigrama de la empresa
- 3.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Facebook

#### Tema 4. La publicidad y sus protagonistas II: Las agencias de publicidad

- 4.1. Introducción
- 4.2. La agencia de publicidad: profesionales de la comunicación publicitaria
- 4.3. La estructura organizativa de las agencias de publicidad
- 4.4. Tipos de agencias de publicidad
- 4.5. La gestión de honorarios en las agencias de publicidad
- 4.6. Publicidad de éxito: Nike

#### Tema 5. La publicidad y sus protagonistas III: El receptor publicitario

- 5.1. Introducción
- 5.2. El receptor publicitario y su contexto
- 5.3. El receptor publicitario como consumidor
- 5.4. Necesidades y deseos en la publicidad
- 5.5. Publicidad y memoria: sobre la eficacia publicitaria
- 5.6. Publicidad de éxito: estudio del caso Ikea

#### Tema 6. El proceso de creación publicitaria I: Del anunciante a los medios

- 6.1. Introducción
- 6.2. Aspectos preliminares sobre el proceso de creación publicitaria
- 6.3. El informe de publicidad o informe de comunicación
- 6.4. La estrategia creativa
- 6.5. Estrategia de medios
- 6.4. Publicidad de éxito: Apple

## Tema 7. El proceso de creación publicitaria II: Creatividad y publicidad

- 7.1. Introducción
- 7.2. Fundamentos del trabajo creativo de los publicitarios
- 7.3. La creatividad publicitaria y su estatuto comunicativo
- 7.4. La labor creativa en publicidad
- 7.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Real Madrid

## Tema 8. El proceso de creación publicitaria III: Ideación y desarrollo del manifiesto publicitario

- 8.1. Introducción
- 8.2. La concepción creativa y la estrategia
- 8.3. El proceso de la concepción creativa
- 8.4. Los diez caminos básicos de la creatividad según Lluis Bassat: los géneros publicitarios
- 8.5. Los formatos publicitarios
- 8.6. Publicidad de éxito: Mc Donalds

## Tema 9. Planificación de medios publicitarios

- 9.1. Introducción
- 9.2. Los medios y la planificación
- 9.3. Los medios publicitarios y su clasificación
- 9.4. Herramientas para la planificación de medios
- 9.5. Publicidad de éxito: Pepsi

## Tema 10. Publicidad, sociedad y cultura

- 10.1. Introducción
- 10.2. La relación entre publicidad y sociedad
- 10.3. Publicidad y emociones
- 10.4. Publicidad, sujetos y cosas
- 10.5. Publicidad de éxito: Burger King

## Asignatura 17

### Comunicación radiofónica

#### Tema 1. Historia de la radiodifusión

- 1.1. Introducción
- 1.2. Orígenes
- 1.3. Orson Welles y "La Guerra de los Mundos"
- 1.4. La radio en el mundo
- 1.5. La nueva radio

#### Tema 2. Panorama actual de la radio en Latinoamérica

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Historia de la radio en Latinoamérica
- 2.3. Actualidad

#### Tema 3. El lenguaje radiofónico

- 3.1. Introducción
- 3.2. Características de la comunicación radiofónica
- 3.3. Elementos que configuran el lenguaje radiofónico
- 3.4. Características de la construcción de textos radiofónicos
- 3.5. Características de la redacción de textos radiofónicos
- 3.6. Glosario de los términos utilizados en el lenguaje radiofónico

#### Tema 4. El guion para radio. Creatividad y expresión

- 4.1. Introducción
- 4.2. El guion radiofónico
- 4.3. Principios básicos en la elaboración de un guion

## Tema 5. Producción, realización y locución en radiodifusión

- 5.1. Introducción
- 5.2. Producción y realización
- 5.3. Locución radiofónica
- 5.4. Peculiaridades de la locución radiofónica
- 5.5. Ejercicios prácticos de respiración y locución

## Tema 6. La improvisación en radiodifusión

- 6.1. Introducción
- 6.2. Peculiaridades del medio radiofónico
- 6.3. ¿Qué es la improvisación?
- 6.4. ¿Cómo se lleva a cabo la improvisación?
- 6.5. La información deportiva en radio. Características y lenguaje
- 6.6. Recomendaciones léxicas

## Tema 7. Los géneros radiofónicos

- 7.1. Introducción
- 7.2. Los géneros radiofónicos
- 7.3. La noticia
- 7.4. La crónica
- 7.5. El reportaje
- 7.6. La entrevista
- 7.7. La mesa redonda y el debate

## Tema 8. La investigación de audiencias en radio

- 8.1. Introducción
- 8.2. Investigación en radio e inversión publicitaria
- 8.3. Principales métodos de investigación
- 8.4. Estudio General de Medios
- 8.5. Resumen del Estudio General de Medios
- 8.6. Radio tradicional versus radio en línea

## Tema 9. El sonido digital

- 9.1. Introducción
- 9.2. Conceptos básicos acerca del sonido digital
- 9.3. Historia de la grabación de sonido
- 9.4. Principales formatos de sonido digital
- 9.5. Edición de sonido digital. Audacity

## Tema 10. El nuevo radiofonista

- 10.1. Introducción
- 10.2. El nuevo radiofonista
- 10.3. La organización formal de las emisoras
- 10.4. La tarea del redactor
- 10.5. La reunión de contenidos
- 10.6. ¿Inmediatez o calidad?

## Asignatura 18

### Periodismo cultural

#### Tema 1. La red de la comunicación digital

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

#### Tema 2. El arte de contar las historias

- 2.1. La perspectiva de la narratología y el arte de contar historias
- 2.2. Autoconocimiento, motivación y metas personales en el ejercicio del periodismo cultural
- 2.3. La creatividad y el punto de vista del relato periodístico
- 2.4. El rigor informativo en la información cultural
- 2.5. La identidad y el estilo marca personal

## 24 | Plan de estudios

### Tema 3. Documentación periodística

- 3.1. Guías esenciales de documentación periodística cultural
  - 3.1.1. Documentación histórica
  - 3.1.2. Documentación actual
  - 3.1.3. La rabiosa actualidad

### Tema 4. Tendencias actuales de la comunicación aplicadas al periodismo cultural

- 4.1. La filosofía 3.0 de la comunicación
- 4.2. La web 3.0: definiciones y características
- 4.3. El periodismo cultural en la web 3.0
- 4.4. Características de la redacción periodística a partir de la convergencia

### Tema 5. Las redes sociales y el periodismo

- 5.1. Gestión de medios y redes sociales
  - 5.1.1. Facebook
  - 5.1.2. Twitter
  - 5.1.3. Instagram
  - 5.1.4. LinkedIn
  - 5.1.5. Otras redes
- 5.2. Contenidos periodísticos interactivos
  - 5.2.1. El rol del profesional del periodismo
  - 5.2.2. Informar o entretener
  - 5.2.3. Más medios digitales
  - 5.2.4. Contenidos de periodismo interactivo
- 5.3. Los paradigmas de la comunicación
  - 5.3.1. La audiencia y el usuario
  - 5.3.2. El medio y el contenido
  - 5.3.3. El soporte
  - 5.3.4. El tiempo
  - 5.3.5. La desinformación

### Tema 6. La visibilidad de la información sobre cultura en la Red

- 6.1. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados
  - 6.1.1. Posicionamiento en buscadores (SEO)
  - 6.1.2. Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)
  - 6.1.3. Optimización de redes sociales (SMO)
  - 6.1.4. Mercadotecnia de medios sociales (SMM)
  - 6.1.5. Gestión de reputación en buscadores (SERM)

## Asignatura 19

### Narrativa audiovisual

#### Tema 1. La narrativa audiovisual

- 1.1. Introducción
- 1.2. Conceptos fundamentales de la Narrativa Audiovisual
- 1.3. Una aproximación metodológica
- 1.4. Particularidades del discurso audiovisual
- 1.5. El lenguaje audiovisual
- 1.6. La imagen
- 1.7. El sonido

#### Tema 2. El discurso y las estancias enunciatoras

- 2.1. Introducción
- 2.2. Las funciones del relato
- 2.3. La construcción del texto narrativo
- 2.4. Las instancias enunciatoras
- 2.5. Tipologías de narradores
- 2.6. La focalización
- 2.7. El narratorio

### Tema 3. La historia y los ejes de la narración

- 3.1. Introducción
- 3.2. La historia
- 3.3. La acción narrativa
- 3.4. El tiempo
- 3.5. El espacio
- 3.6. El sonido

### Tema 4. La construcción del discurso audiovisual: el guion

- 4.1. Introducción
- 4.2. El guion
- 4.3. La idea
- 4.4. Los géneros
- 4.5. El cine fantástico y de terror
- 4.6. El cine bélico
- 4.7. La comedia
- 4.8. El musical
- 4.9. El documenta
- 4.10. os personajes y el diálogo
- 4.11. El guion literario vs el guion técnico

### Tema 5. Teoría y análisis del montaje fílmico

- 5.1. Introducción
- 5.2. Definición del montaje
- 5.3. Las unidades básicas de la narrativa fílmica
- 5.4. Primeras aproximaciones teóricas
- 5.5. Tipos de montaje
- 5.6. El montaje invisible: la continuidad cinematográfica (raccord). Glosario sobre el montaje

### Tema 6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la posmodernidad

- 6.1. Introducción
- 6.2. Los orígenes del cine
- 6.3. El cine de los orígenes: la articulación espacio-temporal
- 6.4. Las vanguardias y el cine
- 6.5. El cine de Hollywood
- 6.6. El cine de arte y el ensayo
- 6.7. El cine contemporáneo

### Tema 7. El cine informático: de los noticiarios al documental

- 7.1. Introducción
- 7.2. El cine informativo
- 7.3. Los noticiarios cinematográficos
- 7.4. El documental
- 7.5. El cine informativo de ficción
- 7.6. El valor de los informativos como fuente histórica

### Tema 8. El discurso televisivo: información y entretenimiento

- 8.1. Introducción
- 8.2. El discurso televisivo
- 8.3. Narratología de la información audiovisual
- 8.4. Los géneros de la información audiovisual
- 8.5. El infoentretenimiento
- 8.6. Los programas de entretenimiento
- 8.7. El relato televisivo de ficción

### Tema 9. El discurso publicitario audiovisual: anuncio, tráiler y videoclip

- 9.1. Introducción
- 9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
- 9.3. Anuncio
- 9.4. Tráiler
- 9.5. Videoclip

### Tema 10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital

- 10.1. Introducción
- 10.2. El paradigma digital
- 10.3. Los nuevos medios del siglo XXI
- 10.4. Nuevas prácticas mediáticas
- 10.5. La condición postmedia



**Asignatura 20****Cultura audiovisual****Tema 1. La Posmodernidad en el ámbito audiovisual**

- 1.1. ¿Qué es la posmodernidad?
- 1.2. La cultura de masas en la era posmoderna
- 1.3. La irrupción de los discursos argumentativos
- 1.4. La cultura del simulacro

**Tema 2. Semiótica: los símbolos en la cultura audiovisual**

- 2.1. ¿Qué es la semiótica?
- 2.2. ¿Semiótica o semiología?
- 2.3. Los códigos semióticos
- 2.4. Los motivos visuales

**Tema 3. Aprender a mirar**

- 3.1. Imagen y contexto
- 3.2. La mirada etnográfica
- 3.3. La fotografía como cruce de miradas
- 3.4. Antropología visual

**Tema 4. La composición de la imagen**

- 4.1. Puntualizaciones
- 4.2. El equilibrio dinámico
- 4.3. Peso y dirección visual
- 4.4. Reglas básicas

**Tema 5. La estética en lo audiovisual**

- 5.1. ¿Qué es la Estética?
- 5.2. Las categorías estéticas
- 5.3. Lo grotesco y lo abyecto
- 5.4. El arte de lo kitsch y lo camp

**Tema 6. Nuevas y renovadas formas de lo audiovisual**

- 6.1. El videoarte viral
- 6.2. La base de datos como práctica artística
- 6.3. El video mapping
- 6.4. Los Vj's

**Tema 7. La intertextualidad como estrategia creativa**

- 7.1. ¿Qué es la intertextualidad?
- 7.2. La cita
- 7.3. La alusión
- 7.4. El plagio
- 7.5. El apropiacionismo
- 7.6. La autorreferencialidad
- 7.7. La parodia

**Tema 8. El diálogo entre las artes**

- 8.1. La intermedialidad
- 8.2. La hibridación de las artes
- 8.3. El Clasicismo y la separación de las artes
- 8.4. El Romanticismo y la definitiva unión de las artes
- 8.5. El Arte Total en las vanguardias
- 8.6. Las narrativas transmedia

**Tema 9. El nuevo cine**

- 9.1. Las relaciones entre cine, cultura e historia
- 9.2. Una evolución tecnológica (im)previsible
- 9.3. ¡El cine ha muerto!
- 9.4. El cine expandido

**Tema 10. El auge del documental**

- 10.1. El documental
- 10.2. Estrategias de la objetividad
- 10.3. El auge del falso documental
- 10.4. El metraje encontrado

**Asignatura 21****Movimientos artísticos contemporáneos****Tema 1. Introducción**

- 1.1. La búsqueda de la modernidad en la arquitectura contemporánea
- 1.2. La Arquitectura Occidental desde mediados del siglo XIX hasta la I Guerra Mundial

**Tema 2. El Movimiento Moderno en arquitectura**

- 2.1. Racionalismo, funcionalismo y vanguardia. Movimiento Moderno y Estilo Internacional
- 2.2. Las utopías del futurismo, expresionismo y constructivismo ruso
- 2.3. Arquitectura y totalitarismo

**Tema 3. La arquitectura después de la II Guerra Mundial (1945-1965)**

- 3.1. La difusión del Estilo Internacional en Estados Unidos y la reconstrucción de posguerra en Europa
- 3.2. La evolución de los CIAM (Congreso Internacional de Arquitectura Moderna) y el Urbanismo Racionalista
- 3.3. El Organicismo
- 3.4. Brutalismo y expresionismo estructural

**Tema 4. Arquitectura de la deconstrucción y el reciclaje (1965-actual)**

- 4.1. La alta tecnología
- 4.2. La Deconstrucción en arquitectura
- 4.3. La era de la dispersión

**Tema 5. El Impresionismo y los orígenes del arte moderno I**

- 5.1. El Impresionismo: el color como herramienta de transformación de la pintura
- 5.2. Las vanguardias históricas: Postimpresionismo, Puntillismo, Neoimpresionismo, Fauvismo

**Tema 6. El Impresionismo y los orígenes del arte moderno II**

- 6.1. La vía analítica: el Cubismo y la transformación del arte desde el volumen de las cosas. El Futurismo
- 6.2. La vía espiritual: Kandinsky, Malevich, Mondrian y la abstracción
- 6.3. La vía subjetiva: expresionismos y surrealismos

**Tema 7. El nuevo sistema del arte tras la II Guerra Mundial. La institucionalización de la vanguardia**

- 7.1. La vía intelectual: Duchamp, del dadaísmo al arte conceptual

**Tema 8. El Arte pop: gusto popular y Kistch vs. "alta cultura"**

- 8.1. La vía irónica: Warhol y el arte pop
- 8.2. Influencias del Arte pop en el cine

**Tema 9. Arte minimal y conceptual**

- 9.1. Hacia la desmaterialización de la obra de arte: arte minimal y arte conceptual
- 9.2. Artes de la acción: la crítica al sistema. Performance, improvisación, arte corporal, arte terrestre

**Tema 10. La posmodernidad. El retorno a la pintura: transvanguardia y neoexpresionismo**

- 10.1. El retorno de la pintura: transvanguardia y neoexpresionismos
- 10.2. Arte y posestructuralismo
- 10.3. Las opciones comprometidas

### Asignatura 22

#### Teoría y técnica de la realización

##### Tema 1. La Realización como construcción de la obra audiovisual. El equipo de trabajo

- 1.1. Del guion literario al guion técnico o escaleta
- 1.2. El equipo de trabajo

##### Tema 2. Los elementos de la puesta en pantalla. Los materiales de la construcción

- 2.1. La preadaptación espacial. Dirección artística
- 2.2. Los elementos de la puesta en pantalla

##### Tema 3. La preproducción. Los documentos de la realización

- 3.1. El guion técnico
- 3.2. La planta escenográfica
- 3.3. El guion gráfico
- 3.4. Planificar
- 3.5. El plan de rodaje

##### Tema 4. El valor expresivo del sonido

- 4.1. Tipología de los elementos sonoros
- 4.2. Construcción del espacio sonoro

##### Tema 5. El valor expresivo de la luz

- 5.1. Valor expresivo de la luz
- 5.2. Técnicas de iluminación básicas

##### Tema 6. Técnicas básicas de rodaje monocámara

- 6.1. Usos y técnicas del rodaje monocámara
- 6.2. El subgénero del metraje encontrado. Cine de ficción y documental
- 6.3. La realización monocámara en televisión

##### Tema 7. El montaje

- 7.1. El montaje como ensamblaje. La reconstrucción del espacio-tiempo
- 7.2. Técnicas de preparación del montaje no lineal

##### Tema 8. Postproducción y etalonaje

- 8.1. Postproducción
- 8.2. Concepto de montaje vertical
- 8.3. Etalonaje

##### Tema 9. Los formatos y el equipo de realización

- 9.1. Formatos multicámara
- 9.2. El estudio y el equipo

##### Tema 10. Claves, técnicas y rutinas en la realización multicámara

- 10.1. Técnicas multicámara
- 10.2. Algunos formatos habituales

### Asignatura 23

#### Estructura del sistema audiovisual

##### Tema 1. Una introducción a las Industrias Culturales (I.C.)

- 1.1. Conceptos de cultura. Cultura-Comunicación
- 1.2. Teoría y evolución de las I.C.: tipología y modelos

##### Tema 2. Industria cinematográfica I

- 2.1. Características y agentes principales
- 2.2. Estructura del sistema cinematográfico

##### Tema 3. Industria cinematográfica II

- 3.1. La industria cinematográfica estadounidense
- 3.2. Las productoras independientes
- 3.3. Problemas y debates en la industria cinematográfica

##### Tema 4. Industria cinematográfica III

- 4.1. La regulación cinematográfica: Estado y cultura. Políticas de protección y promoción de la cinematografía
- 4.2. Caso de estudio

##### Tema 5. Industria televisiva I

- 5.1. La televisión económica
- 5.2. Modelos fundadores
- 5.3. Transformaciones

##### Tema 6. Industria televisiva II

- 6.1. La industria televisiva norteamericana
- 6.2. Características principales
- 6.3. La regulación estatal

##### Tema 7. Industria televisiva III

- 7.1. La televisión de servicio público
- 7.2. Crisis y debates

##### Tema 8. Los ejes del cambio

- 8.1. Los nuevos procesos en el audiovisual
- 8.2. Debates regulatorios

##### Tema 9. Televisión Digital Terrestre (TDT)

- 9.1. Papel del Estado y experiencias
- 9.2. Las nuevas características del sistema televisivo

##### Tema 10. Nuevos operadores en el paisaje audiovisual

- 10.1. Plataformas de servicios de libre transmisión (OTT)
- 10.2. Consecuencias de su aparición

### Asignatura 24

#### Postproducción digital

##### Tema 1. El archivo de vídeo digital

- 1.1. Introducción
- 1.2. La señal digital
- 1.3. Conceptos básicos
- 1.4. La imagen digital

##### Tema 2. La cámara de fotografía y vídeo I: captación de la imagen

- 2.1. Proceso de captación tradicional
- 2.2. La cámara

##### Tema 3. La cámara de fotografía y vídeo II: captación de la imagen

- 3.1. El funcionamiento de la cámara
- 3.2. La composición digital

##### Tema 4. Edición de vídeo: el montaje I

- 4.1. Procesos finales del cine
- 4.2. Tipos de montaje

##### Tema 5. Edición de vídeo: el montaje II

- 5.1. Las herramientas del montador
- 5.2. El trabajo del montador

##### Tema 6. Edición de vídeo: la postproducción

- 6.1. De la edición Lineal a la No Lineal
- 6.2. Programas de composición digital en postproducción

##### Tema 7. El sonido. Captación y edición de audio

- 7.1. Cualidades y conceptos básicos
- 7.2. La edición del sonido

##### Tema 8. Tecnologías del plató de televisión

- 8.1. Televisión digital
- 8.2. Tecnologías de la edición y postproducción en televisión

##### Tema 9. Postproducción para soportes interactivos

- 9.1. La obra multimedia interactiva
- 9.2. Puesta en marcha de un proyecto hipertexto

##### Tema 10. Nuevas tecnologías en la creación audiovisual

- 10.1. Nuevas tecnologías en la creación audiovisual
- 10.2. La distribución en el nuevo mundo de multidifusión

**Asignatura 25****Producción audiovisual****Tema 1. La producción audiovisual**

- 1.1. Conceptos de introducción
- 1.2. La industria audiovisual

**Tema 2. El equipo de producción**

- 2.1. Los profesionales
- 2.2. El productor y el guion

**Tema 3. El proyecto audiovisual**

- 3.1. La gestión de proyectos
- 3.2. Evaluación del proyecto
- 3.3. Presentación de proyectos

**Tema 4. Modalidades de producción y financiación**

- 4.1. Financiación de la producción audiovisual
- 4.2. Modos de producción audiovisual
- 4.3. Recursos para la financiación previa

**Tema 5. El equipo de producción y el desglose del guion**

- 5.1. El equipo de producción
- 5.2. El desglose del guion

**Tema 6. Los espacios del rodaje**

- 6.1. Las localizaciones
- 6.2. Los decorados

**Tema 7. El reparto y los contratos del rodaje**

- 7.1. El reparto o casting
- 7.2. La prueba de casting
- 7.3. Contratos, derechos y seguros

**Tema 8. El plan de trabajo y el presupuesto de la obra audiovisual**

- 8.1. El plan de trabajo
- 8.2. El presupuesto

**Tema 9. La producción en el rodaje o grabación**

- 9.1. La preparación del rodaje
- 9.2. El equipo y los medios del rodaje

**Tema 10. La postproducción y el balance final de la obra audiovisual**

- 10.1. El montaje y la postproducción
- 10.2. Balance final y explotación

**Asignatura 26****Historia del cine y la televisión****Tema 1. Orígenes del cine**

- 1.1. Exponer
  - 1.1.1. Lumière, 1895
  - 1.1.2. Méliès
- 1.2. Relatar
  - 1.2.1. Alice Guy
  - 1.2.2. Edwin S. Porter
- 1.3. Componer
  - 1.3.1. David W. Griffith
- 1.4. De la exposición del movimiento a la narración argumental

**Tema 2. Industria cinematográfica**

- 2.1. Irrupción del sonido
- 2.2. Guionistas y directores/as
- 2.3. ¿Mudo o sonoro?
  - 2.3.1. De 1929 a 1939
- 2.4. Hollywood
  - 2.4.1. Estilo clásico de 1940 a 1960
- 2.5. Años 60
  - 2.5.1. Tradición
  - 2.5.2. Nueva perspectiva
- 2.6. De los años 80 a la actualidad
  - 2.6.1. Consumo global
  - 2.6.2. Séptimo arte

**Tema 3. Cine y propaganda durante la Segunda Guerra Mundial**

- 3.1. Propaganda nazi
  - 3.1.1. Leni Riefensthal
    - 3.1.1.1. Estética del triunfo
- 3.2. Propaganda estadounidense
  - 3.2.1. Propaganda didáctica del ejército
- 3.3. Cine e Historia
  - 3.3.1. Cine histórico
    - 3.3.1.1. Documentales
    - 3.3.1.2. Ficción
  - 3.3.2. Historia en televisión
    - 3.3.2.1. Imágenes
    - 3.3.2.2. Palabras

**Tema 4. Género documental I**

- 4.1. Origen
  - 4.1.1. Documental etnográfico
    - 4.1.1.1. Flaherty
  - 4.1.2. Documental social
    - 4.1.2.1. Grierson
    - 4.1.2.2. Ivens
  - 4.1.3. Explorando el mundo
    - 4.1.3.1. Próximo
    - 4.1.3.2. Remoto
  - 4.1.4. Fundamentos
    - 4.1.4.1. Estéticos
    - 4.1.4.2. Éticos

**Tema 5. Género documental II**

- 5.1. Cine directo
  - 5.1.1. Innovación en el camino cinematográfico
    - 5.1.2. Narrando con la realidad
      - 5.1.2.1. Frederick Wiseman
    - 5.1.3. Auge del documental
      - 5.1.3.1. Años 70
      - 5.1.3.2. Nuevas estrategias narrativas
        - 5.1.3.2.1. Michael Moore
      - 5.1.3.3. Siglo XX
      - 5.1.3.4. Legado
      - 5.1.3.5. Avance

**Tema 6. Televisión I**

- 6.1. Guion
  - 6.1.1. Televisivo
  - 6.1.2. Plataformas de vídeo en transmisión
  - 6.1.3. Novelas visuales
  - 6.1.4. Término de la televisión tradicional
  - 6.1.5. Renovado auge de la televisión
    - 6.1.5.1. Norteamérica
  - 6.1.6. Series en el siglo XIX

**Tema 7. Televisión II**

- 7.1. Ficción estadounidense
  - 7.1.1. Etapa fundacional
    - 7.1.1.1. Single Play
    - 7.1.1.2. Western
    - 7.1.1.3. Acción

**Tema 8. Televisión III**

- 8.1. Ficción estadounidense
  - 8.1.1. Evolución de géneros
    - 8.1.1.1. Policiaco
    - 8.1.1.2. Ciencia ficción
    - 8.1.1.3. Comedia
    - 8.1.1.4. Drama profesional
- 8.2. Ficción estadounidense
  - 8.2.1. Evolución y auge
    - 8.2.1.1. Mini-series
    - 8.2.1.2. Infantil y juvenil
    - 8.2.1.3. Animación adulta
    - 8.2.1.4. Telenovelas
- 8.3. Ficción latinoamericana
  - 8.3.1. Predominio de las telenovelas

**Tema 9. Narrativas en el cine actual**

- 9.1. Narrativas modulares
  - 9.1.1. Anacrónicas
  - 9.1.2. Entrecruzadas
  - 9.1.3. Gamificación

## Asignatura 27

### Cine norteamericano y cine europeo

#### Tema 1. Los orígenes del cine. Primeros movimientos cinematográficos

- 1.1. El grupo de los pioneros
- 1.2. El cine de Georges Mélié
- 1.3. La Escuela de Brighton
- 1.4. Fil d'Art
- 1.5. Movimiento Kolossal

#### Tema 2. La articulación del lenguaje cinematográfico. El esplendor del cine mudo

- 2.1. Hacia un lenguaje cinematográfico: David W. Griffith
- 2.2. Cine expresionista alemán
- 2.3. El cine revolucionario soviético

#### Tema 3. Cine clásico de Hollywood I

- 3.1. El sistema de estudios
- 3.2. Las estrellas de Hollywood
- 3.3. Hollywood: fábrica de géneros
- 3.4. La teoría de los géneros cinematográficos

#### Tema 4. Cine clásico de Hollywood II

- 4.1. Los géneros en el cine clásico estadounidense: el drama, la comedia, cine negro

#### Tema 5. Cine clásico de Hollywood III

- 5.1. Los géneros en el cine clásico estadounidense: el suspense, el western, cine bélico, el musical
- 5.2. La evolución de los géneros

#### Tema 6. El cine europeo tras la II Guerra mundial

- 6.1. La crisis del modelo clásico: contexto histórico. El Neorrealismo
- 6.2. Los nuevos cines: Nouvelle vague
- 6.3. Los nuevos cines: el Free Cinema

#### Tema 7. Vanguardias clásicas y modernas

- 7.1. El cine experimental
- 7.2. Expresionismo, dadaísmo, surrealismo
- 7.3. Casos de estudio

#### Tema 8. Pervivencia y ocaso de los clásicos. El Nuevo Hollywood

- 8.1. Aportaciones europeas al cine americano
- 8.2. Autores y películas

#### Tema 9. Otros cines de la era contemporánea

- 9.1. Cine social británico
- 9.2. Movimiento Dogma
- 9.3. Cine de autor

#### Tema 10. Tecnología y estética: el cine en la era del audiovisual

- 10.1. La llegada del Cine digital
- 10.2. Estudio de caso

## Asignatura 28

### Guion de cine

#### Tema 1. Escribir para la pantalla

- 1.1. Introducción
- 1.2. Modelos y estructuras de guion

#### Tema 2. Narrar con imágenes

- 2.1. El guion como discurso narrativo
- 2.2. El guion como escritura de paso

#### Tema 3. El guionista

- 3.1. De la idea al guion
- 3.2. Métodos de trabajo

#### Tema 4. La unidad mínima del drama

- 4.1. El conflicto
- 4.2. La trama

#### Tema 5. Los personajes

- 5.1. Temas
- 5.2. Arcos de transformación
- 5.3. Personajes secundarios

#### Tema 6. La biblia y los diálogos

- 6.1. La biblia de personajes
- 6.2. Los diálogos

#### Tema 7. Dramatización I

- 7.1. Estructuras del guion
- 7.2. El primer acto

#### Tema 8. Dramatización II

- 8.1. El segundo acto
- 8.2. El tercer acto

#### Tema 9. Dramatización III

- 9.1. Recursos narrativos
- 9.2. Escenas y secuencias

#### Tema 10. El proceso de trabajo

- 10.1. El proceso de escritura del guion de ficción
- 10.2. Formatos de presentación
- 10.3. La reescritura del guion

## Asignatura 29

### Cine en América, Hispanoamérica, Asia y África

#### Tema 1. Aproximación teórica y metodológica

- 1.1. Debates teóricos sobre terminología y categorías geopolíticas
- 1.2. El estudio del cine periférico
- 1.3. El estudio del cine latinoamericano

#### Tema 2. Historia del cine hispanoamericano

- 2.1. Argentina
- 2.2. México
- 2.3. Otras cinematografías

#### Tema 3. Claves del cine hispanoamericano contemporáneo I

- 3.1. Argentina
- 3.2. México

#### Tema 4. Claves del cine hispanoamericano contemporáneo II

- 4.1. Brasil
- 4.2. Uruguay
- 4.3. Chile
- 4.4. Colombia

#### Tema 5. Cine transnacional en Hispanoamérica

- 5.1. El cine (trans) nacional de América Latina
- 5.2. Las relaciones cinematográficas entre México, Argentina y España
- 5.3. Coproducciones cinematográficas

#### Tema 6. El cine en Asia

- 6.1. El cine en un contexto periférico
- 6.2. El nacimiento de la industria del cine
- 6.3. El desarrollo del cine en Asia

#### Tema 7. El cine en África

- 7.1. Nigeria
- 7.2. Marruecos
- 7.3. Otras cinematografías

#### Tema 8. El cine en India

- 8.1. El primer cine
- 8.2. El cine de la India independiente
- 8.3. De Satyajit Ray al nuevo cine
- 8.4. Cine contemporáneo: Bollywood

#### Tema 9. Perspectivas transnacionales. Cine en diáspora

- 9.1. Cine de la diáspora
- 9.2. Cine colonial español en África
- 9.3. Otros cines de la diáspora y perspectivas transnacionales

#### Tema 10. Cine de las mujeres en Hispanoamérica, Asia, África e India

- 10.1. Introducción
- 10.2. Latinoamérica, España
- 10.3. Asia, Norte de África, India

**Asignatura 30****Estudios televisivos****Tema 1. Los estudios televisivos**

- 1.1. El desarrollo de los estudios televisivos
- 1.2. Perspectivas críticas en torno a la televisión

**Tema 2. Estudiar la televisión**

- 2.1. Introducción
- 2.2. La industria
- 2.3. Televisión y nación
- 2.4. Estudiando los programas
- 2.5. Televisión y sociedad
- 2.6. Audiencias televisivas

**Tema 3. Historias de la televisión. Culturas televisivas**

- 3.1. Historias de la televisión
- 3.2. Culturas televisivas

**Tema 4. Los contenidos de la televisión**

- 4.1. Textos y narrativas televisivas
- 4.2. Géneros y formatos televisivos

**Tema 5. Realidades televisivas. Las audiencias de la televisión**

- 5.1. Realidades televisivas
- 5.2. Audiencias televisivas

**Tema 6. Más allá de la televisión**

- 6.1. La televisión que no vemos
- 6.2. Más allá de la televisión

**Tema 7. La televisión en Europa**

- 7.1. Reino Unido
- 7.2. Francia
- 7.3. Otras experiencias europeas de la televisión

**Tema 8. La televisión en Estados Unidos**

- 8.1. Los orígenes de la televisión en Estados Unidos
- 8.2. El desarrollo de la televisión comercial
- 8.3. La televisión de la fragmentación

**Tema 9. La televisión en Latinoamérica**

- 9.1. El modelo de televisión latinoamericana
- 9.2. Principales experiencias nacionales

**Tema 10. La televisión en Asia y África**

- 10.1. El modelo de televisión en África y Asia
- 10.2. Principales experiencias nacionales

**Asignatura 31****Realización de ficción y dirección de actores****Tema 1. La realización de ficción**

- 1.1. Introducción
- 1.2. El proceso y sus herramientas

**Tema 2. Las ópticas y la cámara**

- 2.1. Las ópticas y el encuadre
- 2.2. El movimiento de la cámara
- 2.3. La continuidad

**Tema 3. La luz y el color: aspectos teóricos**

- 3.1. Exposición
- 3.2. Teoría del color

**Tema 4. La iluminación en el cine**

- 4.1. Herramientas
- 4.2. La iluminación como narrativa

**Tema 5. El color y las ópticas**

- 5.1. El control del color
- 5.2. Las ópticas
- 5.3. El control de la imagen

**Tema 6. El trabajo en el rodaje**

- 6.1. La lista de planos
- 6.2. El equipo y sus funciones

**Tema 7. Cuestiones técnicas para la dirección de cine**

- 7.1. Los recursos de la técnica

**Tema 8. La visión de los directores**

- 8.1. Los directores toman la palabra

**Tema 9. Transformaciones digitales**

- 9.1. Transformaciones analógico-digitales en la fotografía cinematográfica.
- 9.2. El reinado de la posproducción digital

**Tema 10. Dirección de actores**

- 10.1. Introducción
- 10.2. Principales métodos y técnicas
- 10.3. El trabajo con los actores

**Asignatura 32****Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación****Tema 1. Los conceptos de cultura, economía, comunicación, tecnología, Industrias Culturales**

- 1.1. Cultura, Economía, Comunicación
- 1.2. Las Industrias Culturales
- 1.3. Tecnología, comunicación y cultura

**Tema 2. La cultura artesanal mercantilizada**

- 2.1. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
- 2.2. Museos y patrimonio

**Tema 3. Los grandes sectores de las Industrias Culturales**

- 3.1. Los productos editoriales
- 3.2. Las I.C. de flujo
- 3.3. Los modelos híbridos

**Tema 4. La era digital en las industrias culturales**

- 4.1. Las Industrias Culturales Digitales
- 4.2. Nuevos modelos en la Era Digital

**Tema 5. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital**

- 5.1. El negocio de la prensa en línea
- 5.2. La radio en el entorno digital
- 5.3. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital

**Tema 6. La globalización y la diversidad en la cultura**

- 6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las Industrias Culturales
- 6.2. La lucha por la diversidad cultural

**Tema 7. Las políticas culturales y de cooperación**

- 7.1. Políticas culturales
- 7.2. El papel de los Estados y de las regiones de países

**Tema 8. La diversidad musical en la nube**

- 8.1. El sector de la música hoy en día
- 8.2. La nube
- 8.3. Iniciativas latino/iberoamericanas

**Tema 9. Diversidad en la industria audiovisual**

- 9.1. Del pluralismo a la diversidad
- 9.2. Diversidad, cultura y comunicación
- 9.3. Conclusiones y propuestas

**Tema 10. Diversidad audiovisual en Internet**

- 10.1. El sistema audiovisual en la era de Internet
- 10.2. La oferta televisiva y la diversidad
- 10.3. Conclusiones

**Asignatura 33****Estudios filmicos****Tema 1. ¿Qué es el cine? Introducción y algunos conceptos básicos I**

- 1.1. Formas de entender el Cine. principales enfoques

**Tema 2. ¿Qué es el cine? Introducción y algunos conceptos básicos II**

- 2.1. Modos y Mundos Cinematográficos: Documental, Experimental y Ficción
- 2.2. Nacimiento y desarrollo de las teorías cinematográficas. La crítica y la academia
- 2.3. Los estudios filmicos como disciplina

**Tema 3. Metodología, estructura y nociones básicas en la investigación del cine**

- 3.1. Fundamentos del método científico
- 3.2. El método científico aplicado al estudio del cine
- 3.3. El diseño de un trabajo de investigación

**Tema 4. Realismos**

- 4.1. Los realismos clásicos
- 4.2. Nuevos realismos

**Tema 5. El cine se reivindica: cine de autor y Tercer Cine**

- 5.1. Cine de autor
- 5.2. Tercer cine

**Tema 6. Formalismo y textualismo I**

- 6.1. El formalismo ruso: Vertov, Eisenstein
- 6.2. La pasión textual y el cine como lenguaje: semiótica

**Tema 7. Formalismo y textualismo II**

- 7.1. La pasión textual y el cine como lenguaje: Estructuralismo
- 7.2. La reforma postestructuralista

**Tema 8. Representación y cultura**

- 8.1. Representación y cultura en los medios audiovisuales
- 8.2. Feminismo y estudios de género, teoría queer

**Tema 9. Políticas identitarias. Teorías de la recepción**

- 9.1. Multiculturalismo, raza y representación
- 9.2. Teorías de la recepción

**Tema 10. El análisis del cine contemporáneo**

- 10.1. El cine-espectáculo
- 10.2. Fundamentos de estética audiovisual contemporánea

**Asignatura 34****Cine informativo y documental****Tema 1. Introducción al cine documental**

- 1.1. Introducción
- 1.2. El cine de los inicios y los principios del cine documental

**Tema 2. El documental y la realidad**

- 2.1. Documental, realidad, verdad

**Tema 3. El documental y el cine informativo en el periodo de entreguerras I**

- 3.1. Cine de propaganda soviético
- 3.2. La Escuela documental británica

**Tema 4. El documental y el cine informativo en el periodo de entreguerras II**

- 4.1. Cine político en Francia en el periodo de entreguerras
- 4.2. La propaganda cinematográfica en la Alemania nazi (1933-1939)
- 4.3. El gobierno italiano, productor de cine (1922-1939)

**Tema 5. El documental y el cine informativo durante la II Guerra Mundial**

- 5.1. Cine de no ficción británico durante la II Guerra Mundial
- 5.2. Producciones cinematográficas norteamericanas de propaganda durante la II Guerra Mundial
- 5.3. Documentales alemanes durante la II Guerra Mundial

**Tema 6. Las vanguardias del documental. Cine directo y cine de realidad**

- 6.1. Las vanguardias cinematográficas de los años 60
- 6.2. Cine directo y cine de realidad

**Tema 7. Falsos documentales**

- 7.1. El falso documental
- 7.2. Mofumentales

**Tema 8. El documental en la era de Internet**

- 8.1. Documental, tecnología digital y la Web 2.0
- 8.2. La subjetividad en el documental actual: Michael Moore

**Tema 9. Historia, memoria y archivo**

- 9.1. Películas de compilación y de metraje encontrado

**Tema 10. Otros géneros de documental y cine informativo**

- 10.1. Documental de divulgación científica

**Asignatura 35****Géneros, formatos y programación en televisión****Tema 1. El género en televisión**

- 1.1. Introducción
- 1.2. Los géneros de la televisión

**Tema 2. El formato en televisión**

- 2.1. Aproximación al concepto de formato
- 2.2. Los formatos de la televisión

**Tema 3. Crear televisión**

- 3.1. El proceso creativo en entretenimiento
- 3.2. El proceso creativo en ficción

**Tema 4. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual I**

- 4.1. La consolidación del formato
- 4.2. El formato de la telerrealidad
- 4.3. Novedades en TV de realidad
- 4.4. Televisión Digital Terrestre y crisis financiera

**Tema 5. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual II**

- 5.1. Los mercados emergentes
- 5.2. Marcas globales
- 5.3. La televisión se reinventa
- 5.4. La era de la globalización

**Tema 6. Vender el formato**

- 6.1. Venta de un formato televisivo
- 6.2. El discurso de venta

**Tema 7. Introducción a la programación televisiva**

- 7.1. La función de la programación
- 7.2. Factores que inciden en la programación

**Tema 8. Los modelos de programación televisiva**

- 8.1. Estados Unidos y Reino Unido
- 8.2. España

**Tema 9. El ejercicio profesional de la programación televisiva**

- 9.1. El departamento de programación
- 9.2. Programar para televisión

**Tema 10. El estudio de las audiencias**

- 10.1. Investigación de la audiencia en televisión
- 10.2. Conceptos e índices de audiencia

**Asignatura 36****El público audiovisual****Tema 1. Las audiencias en los medios audiovisuales**

- 1.1. Introducción
- 1.2. La constitución de las audiencias

**Tema 2. El estudio de las audiencias: las tradiciones I**

- 2.1. Teoría de los efectos
- 2.2. Teoría de usos y gratificaciones
- 2.3. Los estudios culturales

**Tema 3. El estudio de las audiencias: las tradiciones II**

- 3.1. Estudios sobre la recepción
- 3.2. Las audiencias hacia los estudios humanistas

**Tema 4. Las audiencias desde una perspectiva económica**

- 4.1. Introducción
- 4.2. La medición de las audiencias

**Tema 5. Las teorías de la recepción**

- 5.1. Introducción a las teorías de la recepción
- 5.2. Aproximación histórica a los estudios de la recepción

**Tema 6. Las audiencias en el mundo digital**

- 6.1. Entorno digital
- 6.2. Comunicación y cultura de la convergencia
- 6.3. El carácter activo de las audiencias
- 6.4. Interactividad y participación
- 6.5. La transnacionalidad de las audiencias
- 6.6. Las audiencias fragmentadas
- 6.7. La autonomía de las audiencias

**Tema 7. Audiencias: las preguntas esenciales I**

- 7.1. Introducción
- 7.2. Quiénes son
- 7.3. Por qué consumen

**Tema 8. Audiencias: las preguntas esenciales II**

- 8.1. Qué consumen
- 8.2. Cómo consumen
- 8.3. Con qué efectos

**Tema 9. El modelo de fidelización I**

- 9.1. El modelo de fidelización como metadimensión del comportamiento de las audiencias
- 9.2. La compleja valoración del modelo de fidelización

**Tema 10. El modelo de fidelización II**

- 10.1. Introducción. Las dimensiones del modelo de fidelización
- 10.2. El modelo de fidelización y las experiencias de los usuarios
- 10.3. El modelo de fidelización como respuesta emocional de las audiencias
- 10.4. El modelo de fidelización como resultado de cognición humana
- 10.5. Los comportamientos observables de las audiencias como expresión del modelo de fidelización

**Asignatura 37****Guion de televisión: programas y ficción****Tema 1. Narrativa televisiva**

- 1.1. Conceptos y límites
- 1.2. Códigos y estructuras

**Tema 2. Categorías narrativas en televisión**

- 2.1. La enunciación
- 2.2. Personajes
- 2.3. El espacio
- 2.4. El tiempo

**Tema 3. Géneros y formatos televisivos**

- 3.1. Unidades narrativas
- 3.2. Géneros y formatos televisivos

**Tema 4. Formatos de ficción**

- 4.1. La ficción televisiva
- 4.2. La comedia de situación
- 4.3. Las series dramáticas
- 4.4. La telenovela
- 4.5. Otros formatos

**Tema 5. El guion de ficción en televisión**

- 5.1. Introducción
- 5.2. La técnica

**Tema 6. El drama en televisión**

- 6.1. La serie dramática
- 6.2. La telenovela

**Tema 7. Las series de comedia**

- 7.1. Introducción
- 7.2. La sitcom

**Tema 8. El guion de entretenimiento**

- 8.1. El guion paso a paso
- 8.2. Escribir para decir

**Tema 9. Escritura del guion de entretenimiento**

- 9.1. Reunión de guion
- 9.2. Guion técnico
- 9.3. Desglose de producción
- 9.4. La escaleta

**Tema 10. Diseño del guion de entretenimiento**

- 10.1. Revistas
- 10.2. Programa de humor
- 10.3. Programa de talento
- 10.4. Documental
- 10.5. Otros formatos

**Asignatura 38****Cine, televisión y sociedad contemporánea****Tema 1. Visualidad y mirada**

- 1.1. Aprender a mirar
- 1.2. La antropología visual
- 1.3. La visión

**Tema 2. Imágenes de la diferencia**

- 2.1. La construcción
- 2.2. La representación
- 2.3. La significación

**Tema 3. El imaginario**

- 3.1. El imaginario
- 3.2. Estructuras antropológicas del imaginario
- 3.3. La convención

**Tema 4. Modos de representación**

- 4.1. Introducción
- 4.2. El cine
- 4.3. La televisión

**Tema 5. Comunicación y cultura popular**

- 5.1. Los estudios culturales
- 5.2. La teoría crítica de los medios de comunicación
- 5.3. La cultura popular

### Tema 6. Representación y alteridad

- 6.1. Introducción
- 6.2. Representación y alteridad en el imaginario occidental del africanismo

### Tema 7. Representación y “Sistema de las estrellas”

- 7.1. El “Sistema de las estrellas” como producto cultural
- 7.2. Caso de estudio

### Tema 8. La representación de la mujer en las series de ficción

- 8.1. Introducción
- 8.2. Casos de estudio

### Tema 9. La representación del control social en las series de ficción

- 9.1. Introducción
- 9.2. Casos de estudio

### Tema 10. Representaciones del terrorismo en el cine y la televisión

- 10.1. El terrorismo en España
- 10.2. Representaciones del terrorismo

## Asignatura 39

### Gestión y promoción de productos audiovisuales

#### Tema 1. La distribución audiovisual

- 1.1. Introducción
- 1.2. Los actores de la distribución
- 1.3. Los productos de la comercialización
- 1.4. Los ámbitos de la distribución audiovisual
- 1.5. Distribución nacional
- 1.6. Distribución internacional

#### Tema 2. La empresa de distribución

- 2.1. La estructura organizativa
- 2.2. La negociación del contrato de distribución
- 2.3. Los clientes internacionales

### Tema 3. Ventanas de explotación, contratos y ventas internacionales

- 3.1. Ventanas de explotación
- 3.2. Contratos de distribución internacional
- 3.3. Las ventas internacionales

### Tema 4. Mercadotecnia cinematográfica

- 4.1. Mercadotecnia en el cine
- 4.2. La cadena de valor de la producción cinematográfica
- 4.3. Los medios publicitarios al servicio de la promoción
- 4.4. Las herramientas para el lanzamiento

### Tema 5. La investigación de mercado en el cine

- 5.1. Introducción
- 5.2. Fase de preproducción
- 5.3. Fase de postproducción
- 5.4. Fase de comercialización

### Tema 6. Redes sociales y promoción cinematográfica

- 6.1. Introducción
- 6.2. Promesas y límites de las redes sociales
- 6.3. Los objetivos y su medición
- 6.4. Calendario de promoción y estrategias
- 6.5. Interpretar lo que dicen las redes

### Tema 7. La distribución audiovisual en internet I

- 7.1. El nuevo mundo de la distribución audiovisual
- 7.2. El proceso de la distribución en internet
- 7.3. Los productos y las posibilidades en el nuevo escenario
- 7.4. Nuevos modos de distribución

### Tema 8. La distribución audiovisual en internet II

- 8.1. Claves del nuevo escenario
- 8.2. Los peligros de la distribución en internet
- 8.3. El Video bajo demanda (VOD) como nueva ventana de distribución

### Tema 9. Nuevos espacios para la distribución

- 9.1. Introducción
- 9.2. La revolución Netflix

### Tema 10. Los festivales de cine

- 10.1. Introducción
- 10.2. El papel de los festivales de cine en la distribución y exhibición

## Asignatura 40

### Publicidad audiovisual

#### Tema 1. Introducción a la publicidad audiovisual

- 1.1. ¿Qué es la publicidad audiovisual?
- 1.2. Origen
- 1.3. Medios de publicidad audiovisual

#### Tema 2. El anuncio publicitario

- 2.1. ¿Qué es un anuncio?
- 2.2. Estructura narrativa de un anuncio publicitario
- 2.3. Historia del anuncio publicitario

#### Tema 3. Equipo técnico de una producción audiovisual I

- 3.1. Los equipos de producción y dirección
- 3.2. Funciones de los equipos de producción y dirección
- 3.3. Organigrama

#### Tema 4. Equipo técnico de una producción audiovisual II

- 4.1. Los equipos de técnicos y artísticos.
- 4.2. Funciones de los equipos de técnicos y artísticos
- 4.3. Organigrama

### Tema 5. Pre-producción I: de la idea al guion de rodaje

- 5.1. Proceso creativo en base al informe
- 5.2. Guion literario: ejemplo
- 5.3. Guion técnico: ejemplo

### Tema 6. Guion gráfico

- 6.1. Guion gráfico interno
- 6.2. Guion gráfico de presentación
- 6.3. Guion gráfico de rodaje

### Tema 7. El guion técnico: los estilos de la realización

- 7.1. Lenguaje cinematográfico
- 7.2. Puesta en escena
- 7.3. Planificación técnica

### Tema 8. Pre-producción II: El plan de rodaje y el presupuesto

- 8.1. Diseño de iluminación
- 8.2. Diseño de sonido
- 8.3. Protocolo de rodaje
- 8.4. Presupuesto

### Tema 9. La producción de un anuncio publicitario

- 9.1. ¿Quién interviene en la realización de un anuncio?
- 9.2. Orden de rodaje
- 9.3. El rodaje

### Tema 10. Post producción de un anuncio publicitario

- 10.1. El montaje
- 10.2. Tipos de montaje
- 10.3. La post producción de imagen y sonido





“

*Conoce todas las áreas de comunicación audiovisual y conviértete en el especialista que todas las grandes compañías del sector quieran tener en plantilla”*

# 03

## Objetivos y competencias

La Licenciatura en Comunicación Audiovisual tiene como objetivo primordial capacitar a profesionales habilitados para ejercer en agencias, medios de comunicación o productoras, entre otros tipos de entidades que diseñan, manejan y procesan los mensajes audiovisuales. A partir de contenidos punteros y de una metodología docente contrastada y efectiva, el alumno podrá posicionarse a la vanguardia del sector como un experto en la materia. Todo ello, sin salir de casa, cómodamente, y en modalidad online.

*Living  
SUCCESS*

“

*Estudiando con TECH alcanzarás tus metas y objetivos profesionales. No pierdas esta gran oportunidad”*



### Objetivos generales

- Conocer y saber manejar los lenguajes propios como de las técnicas audiovisuales digitales, y por tanto en el uso de nuevas tecnologías para la producción y realización de programas audiovisuales
- Ampliar el conocimiento y la información al alumno con un mayor nivel de profundización en el campo audiovisual
- Aprender a realizar unas funciones de este campo en un entorno especializado y profesional
- Conocer de forma general las teorías de la comunicación y su relación con los diferentes medios en los que se desarrolla
- Conocer las particularidades del medio televisivo y sus códigos particulares de comunicación
- Saber dirigir el trabajo en producción audiovisual
- Aprender la manera de trabajo en esta área en todas las fases del producto televisivo y cinematográfico



*Un sistema eficaz que te llevará a la consecución de tus objetivos avanzando de manera paulatina y constante, con total calidad”*



### Objetivos por asignatura

#### Teoría de la comunicación social

- Conocer las teorías, métodos y problemas de la comunicación social y de su función en la sociedad contemporánea, identificando las distintas corrientes y tradiciones de estudio en el ámbito de la comunicación social
- Reconocer las implicaciones políticas y sociales de los distintos modelos teóricos de la comunicación social

#### Documentación informativa

- Conocer las bases de la documentación informativa: su historia y características, de igual forma los elementos de la crónica periodística y del análisis documental, así como los diferentes tipos de fuentes comunicativas para aplicarlas en la documentación de prensa escrita, digital y en gabinetes de comunicación

#### Comunicación escrita

- Reconocer la importancia del lenguaje escrito para aplicar los elementos gramaticales y características en una buena redacción, mediante los fundamentos teóricos y conceptuales de la comunicación escrita

#### Tecnología y gestión de la información y del conocimiento

- Identificar las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en ambientes virtuales para el desarrollo de procesos formativos en diferentes ámbitos, lo que le permitirá adaptarse al nuevo contexto que implica intervenir y desarrollarse en los modernos escenarios virtuales

#### Introducción al derecho

- Distinguir los conceptos y características básicas del derecho clasificando las normas jurídicas para identificar sus obligaciones y derechos reales en relación con el papel que ocupa el ser humano en la sociedad

### Lengua española

- Reconocer la importancia del lenguaje en los distintos conceptos y teorías mediante las diferentes morfologías y sintaxis en el campo de la comunicación de masas, para el logro de una comunicación más efectiva

### Teoría de la comunicación interpersonal

- Entender la importancia de las relaciones interpersonales y los medios de comunicación colectiva en las sociedades contemporáneas, tomando en cuenta el origen de la teoría de grupos, su relación y fundamentación con los procesos de comunicación en los ámbitos interno y externo de las organizaciones públicas, privadas y civiles

### Introducción a la economía

- Conocer los principios que participan en la elección del consumidor y del productor, la relación entre economía y sociedad en un mundo fuertemente condicionado por el avance tecnológico a través de un marco institucional que condiciona sus decisiones y facilita las relaciones de intercambio de modo que podrá identificar, organizar y analizar información económica relevante de forma crítica y sistemática

### Teoría del periodismo

- Identificar los tipos de periódicos, a través de las principales herramientas periodísticas aplicando los instrumentos de redacción y organización, para mejorar las capacidades y habilidades periodísticas

### Comunicación visual

- Relacionar los procesos de diseño y producción de mensajes visuales con el ejercicio de la actividad periodística y el diseño editorial, identificando los procesos de percepción de la imagen visual para interpretar las imágenes de manera aislada y de manera contextual o secuencial

### Análisis de la imagen audiovisual

- Comprender las bases de la naturaleza y del funcionamiento de la imagen en movimiento, desarrollando una capacidad crítica y creativa respecto al discurso audiovisual y a su evolución en el contexto de la cultura audiovisual contemporánea
- Adquirir habilidades elementales para el análisis de la construcción formal y narrativa de los relatos audiovisuales

### Introducción a la psicología de la comunicación

- Conocer la evolución de la Psicología analizando la naturaleza de las emociones y cambios de actitudes a fin de identificar las necesidades de estima y comunicación

### Historia social y política contemporánea

- Definir las condiciones antiguas más relevantes de los escenarios sociales y políticos mundiales, reconociendo las características y las causas de los diferentes movimientos con el fin de analizar el lugar de la comunicación en sus distintas etapas, contextos y los aportes en cada época

### Comunicación institucional

- Distinguir las principales características de la comunicación institucional identificando las ventajas de la comunicación digital para ser capaz de afrontar crisis con ética, cultura y valores

### Literatura y creación literaria

- Describirá la literatura como forma de comunicación a través de la identificación de los géneros literarios, para desarrollar las competencias de la comunicación y la conjunción en los medios masivos de información

### Teoría de la publicidad

- Definir cómo funciona la publicidad en su conjunto y en cada una de sus partes, al igual que el mercado publicitario en lo referente a las nuevas disciplinas, profesiones y tendencias de acuerdo con los dictámenes de la nueva comunicación, adquiriendo las competencias necesarias para el análisis y el juicio crítico de campañas publicitarias, más allá de sus componentes estéticos
- Elaborar mensajes publicitarios: fijar los objetivos de comunicación, definir un público objetivo, plantear las estrategias comunicativas

### Comunicación radiofónica

- Ser capaz de utilizar las técnicas y métodos de la producción de radio y comunicaciones mediante las bases de la narrativa, diálogo y el lenguaje radiofónico, estudiando el tipo de audiencia y emitiendo mensajes positivos para interpretar los diversos géneros que abordan los programas radiofónicos

### Periodismo cultural

- El alumno podrá desarrollar conceptos y delimitaciones para la realización del periodismo cultural, identificando los orígenes de la información en la prensa, la radio y la televisión para llevarlos a cabo en la cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales

### Narrativa audiovisual

- Comprender los fundamentos gramaticales y narrativos que estructuran los procedimientos y técnicas de adaptación del texto literario escrito al código audiovisual y aplicarlos a la realización de una adaptación televisiva y cinematográfica

### Cultura audiovisual

- Interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética, podrá manejar el pensamiento convergente y divergente en los procesos de observación, investigación, especulación, visualización y actuación
- Reconocer la diversidad cultural en el contexto de las sociedades contemporáneas

### Movimientos artísticos contemporáneos

- Conocer las principales tendencias del arte moderno y contemporáneo, así como la importancia del análisis del arte en su contexto histórico, social, cultural e ideológico, identificando las estrechas relaciones entre el arte y el ámbito de la comunicación audiovisual
- Desarrollar la sensibilidad artística y el juicio crítico y estético

### Teoría y técnica de la realización

- Aplicar adecuadamente las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual distinguiendo las características, usos y necesidades de los proyectos audiovisuales multicámara
- Adquirir la capacidad de planificar secuencias narrativas y documentales en función de los medios disponibles conociendo el entorno de trabajo del equipo de realización: medios tecnológicos, rutinas técnicas y equipo humano

### Estructura del sistema audiovisual

- Explicar la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores, identificando los problemas y debates actuales que atañen al sistema audiovisual
- Adquirir la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación

### Postproducción digital

- Analizar las principales teorías y técnicas de la edición y la postproducción con una perspectiva histórica en el ámbito de la comunicación audiovisual explorando los distintos campos de la posproducción y los aspectos centrales de la edición
- Estar preparado para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional y poder operar con cámaras de vídeo y con equipos de toma de sonido

### Producción audiovisual

- Examinar los equipos humanos y los medios técnicos adecuados y necesarios para cada fase del proyecto: preproducción, grabación/rodaje, postproducción, definiendo las vías de explotación y comercialización de las producciones audiovisuales, así como el marco jurídico y la legislación que articula el sector de las mismas y sus repercusiones en los distintos formatos de producción para la toma de decisiones a partir de la copia definitiva de una producción

### Historia del cine y la televisión

- Examinar los orígenes de la industria cinematográfica y la televisión tradicional debatiendo el estilo clásico y la nueva perspectiva
- Analizar la evolución de los géneros de cine y televisión

### Cine norteamericano y cine europeo

- Identificar las filiaciones y parentescos en la gran familia audiovisual conforme a su contexto histórico, social y cultural, reconocerá la evolución de los principales medios audiovisuales (cine y televisión) a través de la historia, así como los distintos periodos históricos, géneros, movimientos, estilos y principales autores
- Analizar e interpretar los productos audiovisuales desde una perspectiva más integradora y atenta a la dimensión socio-histórica de los mismos

### Guion de cine

- Emplear los modelos comunicativos y narrativos de los medios audiovisuales y su relación con la sociedad y la cultura identificando los fundamentos teórico-prácticos de las tecnologías, las técnicas, los recursos y los procedimientos que se requieren para la creación y producción de contenidos audiovisuales
- Elaborar informes, análisis o investigaciones sobre aspectos generales de los mismos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación y considerando el contexto sociopolítico y cultural de su producción y circulación

### Cine en América, Hispanoamérica, Asia y África

- Definir la historia y problemática contemporánea del cine hispanoamericano y en oriente distinguiendo los distintos geopolíticos y sus correspondientes periodos históricos, movimientos y estilos, de modo que pueda analizar e interpretar el mencionado cine atendiendo a sus crecientes dimensiones transnacionales

### Estudios televisivos

- Analizar el hecho televisivo desde una perspectiva académica y obtendrá los conocimientos panorámicos de las principales teorías y metodologías de estudio de la televisión a través de la comprensión de la función social ejercida por la misma y su importancia en el cambio cultural contemporánea
- Aplicar las distintas teorías y metodologías de análisis a la producción de obras televisivas

### Realización de ficción y dirección de actores

- Aplicar los procesos de creación, realización y postproducción de las obras audiovisuales, así como los elementos básicos de la narración, analizando la importancia de la relación actor-director en un proceso de producción y la importancia que éste tiene en la calidad del resultado
- Apremiar el trabajo de actores y directores en el ámbito de la cinematografía mundial

### Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

- Exponer las transformaciones acontecidas en las industrias culturales en la oferta y el consumo en las redes digitales, en sus aspectos económicos, políticos y socioculturales analizando los cambios en los procesos de organización y gestión de los recursos estratégicos, humanos, materiales y técnicos de los nuevos negocios en el entorno digital
- Saber diseñar estrategias innovadoras que contribuyan a la mejora en los procesos de gestión y toma de decisiones, así como al desarrollo de productos informativos en consonancia con las necesidades de públicos y anunciantes

### Estudios fílmicos

- Conocer a nivel global los estudios culturales como herramienta de análisis del relato audiovisual y de comprensión de sus contenidos, especialmente en cuanto a los problemas derivados de las cuestiones de género, sexo y sexualidad, así como de identidad personal analizando de forma crítica los mensajes audiovisuales en la sociedad contemporánea
- Aplicar las distintas teorías y metodologías a la interpretación de la producción de obras cinematográficas

### Cine informativo y documental

- Evaluar los principales temas de debate en torno al documental, así como los distintos géneros y estilos de los mismos identificando los principales elementos de la narrativa documental para adquirir la capacidad de planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos en las producciones para cine y televisión, así como las técnicas y procesos de creación

### Géneros, formatos y programación en televisión

- Reconocer los distintos formatos en el contexto del actual del panorama televisivo identificando las claves de un formato, su estructura, funcionamiento y factores de impacto
- Analizar de manera crítica los procesos de la oferta televisiva, su evolución y realidad actual, en relación con el fenómeno de la recepción y los contextos sociales y culturales en los que ésta se produce

### El público audiovisual

- Valorar las corrientes de estudios dedicados a la recepción audiovisual, comparando las diferencias existentes entre las formas de abordar el estudio de la recepción audiovisual y cuál es el estado de la cuestión actual
- Comprender las transformaciones derivadas de la digitalización en el ámbito de la comunicación audiovisual

### Guion de televisión: programas y ficción

- Emplear el proceso creativo e industrial en la elaboración de un guion de ficción para televisión identificando los diferentes géneros de programas y las distintas herramientas de las que dispone un guionista
- Obtener una visión global de las franquicias internacionales de formatos de programas de televisión

### Cine, televisión y sociedad contemporánea

- Analizar las principales tendencias en los modelos representacionales contemporáneos en televisión y cine, distinguiendo los procesos socio-culturales y su impacto en los procedimientos representativos del audiovisual
- Desarrollar un razonamiento crítico a la hora de enfrentarse a los procesos de creación y análisis de los distintos modos de representación en el audiovisual

### Gestión y promoción de productos audiovisuales

- Comparar el diseño de comercialización de una producción audiovisual a través de su repercusión en los distintos medios audiovisuales contemporáneos para interpretar las lógicas económicas, culturales y estéticas de los festivales de cine a nivel local, nacional y global

### Publicidad audiovisual

- Conocer el origen de la publicidad audiovisual, distinguiendo las funciones de los equipos de producción y dirección
- Saber ejecutar la estructura narrativa de un anuncio y al mismo tiempo obtener la capacidad de realizar un plan técnico





## Competencias

- Comprender en profundidad lo que es periodismo cultural y los elementos que lo componen
- Conocer y aplicar las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual
- Saber cómo adaptarse a las formas de consumo de cada momento
- Generar y diseñar mensajes audiovisuales adaptados a cada tipo de público
- Conocer el código relacional de los distintos agentes de la comunicación audiovisual
- Comprender la evolución histórica de la producción audiovisual
- Conocer el marco jurídico general que rige la comunicación audiovisual
- Crear productos ajustados a la financiación disponible
- Distribuir de manera eficiente el presupuesto en función a las diferentes partidas
- Conocer las vías de distribución disponibles para los productos audiovisuales
- Organizar, dirigir y liderar con éxito los diferentes equipos de trabajo
- Aprender a aprovechar y sacar el máximo partido a los recursos disponibles para la producción audiovisual
- Planificar la amortización de los productos audiovisuales
- Realizar un producto audiovisual pensado para los diferentes soportes
- Conocer los diferentes procesos creativos y productivos
- Saber organizar la distribución eficiente de un producto audiovisual
- Supervisar las amortizaciones del producto
- Aplicar la organización ejecutiva a estas tareas
- Reconocer diseños diferentes de comercialización
- Conocer la situación actual del cine
- Conocer la situación actual de la televisión
- Comprender las formas para iniciarse en la producción audiovisual en soportes digitales

## ¿Por qué nuestro programa?

El equipo de TECH, plenamente consciente del crecimiento y la vigencia a nivel mundial que sigue presentando la industria audiovisual, han diseñado este programa académico único por ofrecer al estudiante una visión global del impacto cultural y económico que genera en las sociedades medios como la televisión, radio, el cine y los nuevos formatos digitales. Así, tras finalizar los estudios, el profesional estará preparado para realizar un análisis profundo de los procesos de comunicación y dominará, tanto técnicas convencionales como novedosas para la producción y realización audiovisual.

*Te damos +*



“

*Entrarás a formar parte de una industria fuerte que necesita profesionales con un alto nivel de cualificación”*

## 44 | ¿Por qué nuestro programa?

Esta Licenciatura ofrece múltiples ventajas y características únicas que permitirán al estudiante avanzar en su carrera. Estos son los 10 motivos por los que vale la pena estudiar la Licenciatura en Comunicación Audiovisual en TECH Universidad:

01

### Acceso a una industria apasionante

Con esta Licenciatura el alumno podrá formar parte de las más importantes empresas audiovisuales convirtiéndose en productor, editor o realizador de piezas de alto nivel. Disney, Fox, Warner Brothers, CNN...Las oportunidades son ilimitadas

02

### Altas perspectivas salariales

Estudiar esta Licenciatura da acceso a los conocimientos necesarios para poder ostentar altos cargos en la industria audiovisual. Puestos de referencia en el sector que no solo darán la oportunidad a los alumnos de desarrollar las competencias de liderazgo necesarias, sino de acceder a los puestos mejor pagados del sector

03

### Titulación directa

No hará falta que hagas una tesina ni examen final de carrera, ni tendrás que cursar un diplomado o algún otro curso para obtener tu título. En TECH tendrás una vía directa de titulación tras completar el periodo de Servicio Social a través de esta institución universitaria\*.

04

### Dar impulso a la vida profesional

TECH brinda la oportunidad a los alumnos de tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial, compaginando su estudio con su vida profesional, social y familiar, utilizando para su formación un modelo 100% virtual, con acceso a los contenidos del curso 24 horas al día, los 7 días de la semana

05

### Desarrollar las habilidades técnicas

El alumno que curse esta Licenciatura será capaz de desarrollar una serie de habilidades técnicas que serán fundamentales para su futuro profesional. De esta manera, conocerán, paso a paso, cómo debe realizarse el trabajo de producción, preproducción y postproducción audiovisual, a la vez que se pone al día sobre las principales herramientas y programas utilizados en la actualidad en este campo

\*De acuerdo al Reglamento 03-30-81 para la prestación del servicio social de los estudiantes de las instituciones de educación superior se entiende por servicio social, aquellas actividades de carácter temporal y obligatorio que realizan los estudiantes y pasantes de las carreras profesionales y técnicas tendientes a la aplicación de los conocimientos y habilidades adquiridos en beneficio de la sociedad y del Estado y que redundan en el ejercicio de la práctica profesional... que en ningún caso será menor de 480 horas cubiertas en un lapso que no podrá ser menor de seis meses, ni mayor de dos años y podrá iniciarse una vez que se haya cubierto al menos el 70% de las asignaturas del programa.

06

### Asumir nuevas responsabilidades

---

TECH muestra las últimas tendencias, avances, desarrollos y estrategias para llevar a cabo la labor profesional en el ámbito de la comunicación audiovisual, con eficiencia y en un entorno cambiante. De esta manera, el alumno que realice esta Licenciatura adquirirá las habilidades necesarias para asumir puestos de gran responsabilidad con la solvencia de un profesional de primer nivel

07

### Desarrollar la creatividad

---

La comunicación audiovisual se desarrolla en diferentes ámbitos: periodismo, cine, televisión... Sectores en los que la creatividad y la innovación juegan un papel fundamental, pero, como cualquier otro aspecto, la creatividad es una habilidad que puede entrenarse, por lo que esta Licenciatura ofrecerá a los alumnos un proceso de crecimiento personal y profesional que los guiará hacia el desarrollo de competencias relevantes en este campo

08

### Una universidad abierta al mundo

---

TECH da la oportunidad de formar parte de una comunidad virtual de profesionales de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH. Por ello, estudiar aquí te ofrecerá la oportunidad de acceder a una red de contactos de primer nivel

09

### Certificación de idiomas

---

TECH da la posibilidad a los alumnos de esta Licenciatura de acceder al certificado oficial de B2 de inglés, así como cursar otros seis idiomas, lo que será una ventaja competitiva a la hora de acceder al mercado laboral. Unos complementos educativos que marcarán un antes y un después en su capacitación y que los capacitará para ser profesionales en un entorno globalizado

10

### Crear producciones de éxito

---

La realización de esta Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH ofrece al alumno la posibilidad de adquirir un conocimiento superior en las diferentes áreas que componen este sector. Por ello, al finalizar los cuatro años que dura la formación, el estudiante podrá hacerse un hueco en el mundo laboral como guionista o productor de éxito

*Podrás comenzar a formar parte de empresas con gran proyección internacional formando parte de proyectos de gran envergadura.*

# 05

## Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la licenciatura, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu  
competencia  
lingüística*



*TECH te incluye el estudio de idiomas en la Licenciatura de forma ilimitada y gratuita”*

### IDIOMAS

En el mundo competitivo de hoy, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca nuestra competencia en aquellos que dominemos. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que sólo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCERL establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que poseemos.

En TECH ofrecemos los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCERL. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje online, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de prepararte para los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

“

*48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCRL A1,A2, B1, B2, C1 y C2.”*







TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas, y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la licenciatura, para poder prepararse el examen de certificación de nivel.
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCERL, desde el nivel A1 hasta el nivel C2.
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma.
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma, están incluidas en la Licenciatura.



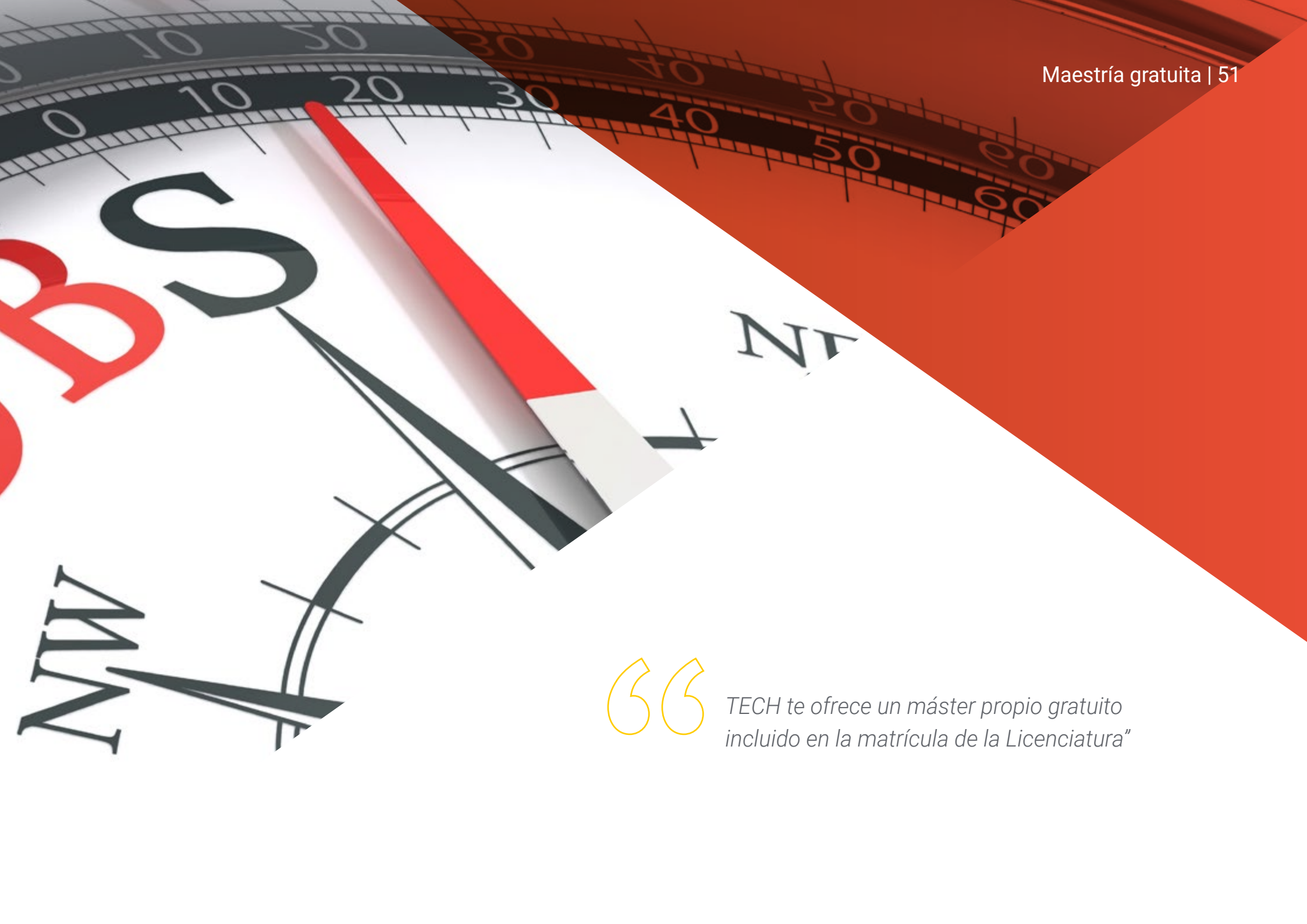
“

*Solo el coste de los cursos de preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Licenciatura completa”*

## Maestría gratuita

Para TECH lo más importante es que sus estudiantes rentabilicen su carrera, y egresen con todas las posibilidades de desarrollo personal y futuro profesional. Por esta razón se incluye en la inscripción de la Licenciatura el estudio sin coste de una Maestría.





“

*TECH te ofrece un máster propio gratuito  
incluido en la matrícula de la Licenciatura”*

## Estudiar en TECH Universidad tiene sus ventajas

Los Másteres Propios de TECH Universidad, son programas de perfeccionamiento de posgrado con reconocimiento propio de la universidad a nivel internacional, de un año de duración y 1500 horas de reconocimiento. Su nivel de calidad es igual o mayor al de Maestría Oficial y permiten alcanzar un grado de conocimiento superior.

La orientación del máster propio al mercado laboral y la exigencia para recoger los últimos avances y tendencias en cada área, hacen de ellos programas de alto valor para las personas que deciden estudiar en la universidad con el fin de mejorar sus perspectivas de futuro profesional.

En la actualidad, TECH ofrece la mayor oferta de posgrado y formación continuada del mundo en español, por lo que el estudiante tiene la oportunidad de elegir el itinerario que más se ajuste a sus intereses y lograr dar un paso adelante en su carrera profesional. Además, podrá terminar la Licenciatura con una certificación de grado superior, ya que al poder cursar el Máster Propio en el último año de carrera, podrá egresar de su estudio con el Título de Licenciatura más el certificado de Máster Propio.

El coste del máster propio incluido en la Licenciatura es de alto valor. Estudiando ambos TECH permite un ahorro de hasta el 60% del total invertido en el estudio. Ninguna otra universidad ofrece una propuesta tan potente y dirigida a la empleabilidad como esta.



*Ahorrarás hasta un 60% estudiando la Licenciatura en TECH"*





Estudia un Máster Propio de TECH desde el último año de la Licenciatura en Diseño de Videojuegos:

- Solo por inscribirse en la licenciatura, TECH incluye sin costo cualquiera de los posgrados de máster propio del área de conocimiento que elija.
- TECH tiene la mayor oferta de posgrado del mundo en español sobre la que el estudiante podrá elegir el suyo para orientarse laboralmente antes de terminar la Licenciatura.
- Podrá estudiar simultáneamente las asignaturas del último año de la licenciatura y los contenidos del máster propio para egresar con el título y la certificación de máster.
- Estudiar el posgrado NO aumentará el coste de la colegiatura. El estudio y certificación del máster propio, está incluido en el precio de la Licenciatura.

“

*Podrás elegir tu máster propio de la oferta de posgrado y formación continuada mayor del mundo en español”*

## Salidas profesionales

El alumno de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH cuenta con gran capacidad de adaptación y con claridad de pensamiento. Su interés por la generación de productos audiovisuales le ha ayudado a dirigir sus estudios hacia esta rama laboral, lo que le permitirá convertir su hobby en su profesión de futuro. Posee un gran interés social y seguridad en sí mismo. Es competitivo, crítico, reflexivo y tiene una gran habilidad para el manejo del lenguaje técnico relacionado con su ámbito de actuación. Sin duda, al finalizar la carrera será el empleado que todas las compañías del sector quieran tener en plantilla.

*Upgrading...*

“

*El compromiso de TECH es crear vías solventes de capacitación profesional que impulsen a los alumnos de forma global para que consigan un rápido acceso al mercado laboral”*

### Perfil profesional

El licenciado en Comunicación Audiovisual de TECH es un profesional competente y hábil para desempeñarse, de manera responsable, en las empresas que contratan sus servicios. Cuenta con las competencias profesionales que le permitirán ejercer en los numerosos campos de trabajo que se deben controlar en el proceso de comunicación audiovisual.

Además, cuenta con una capacidad de mejora constante, adaptación, investigación y crecimiento derivadas de una manera de pensar y analizar que será una de las competencias básicas que deberá aplicar durante su desarrollo profesional.

La especialización en TECH permitirá a los alumnos comprender y analizar el entorno que lo rodea y su sentido crítico le hará competente para interpretar la veracidad de la información que recibe y tomar decisiones en el diseño de alternativas de solución a las problemáticas propias de su disciplina.

Sin duda, al titularse, contará con un perfil profesional altamente competitivo, que será demandado por las principales compañías del sector.

### Perfil investigativo

El perfil profesional de los alumnos de esta Licenciatura se complementa con su faceta investigadora. De esta manera, estarán capacitados para comprender e interpretar los problemas cardinales de su profesión, relacionados con la adaptación a nuevos entornos y las exigencias profesionales y personales, impulsando al máximo sus habilidades y destrezas práctico-instrumentales.



*Con tu talento y la capacidad que podrás adquirir con esta Licenciatura, al finalizar tus estudios estarás listo para formar parte de los profesionales más competitivos de este sector”*





## Perfil ocupacional y campo de acción

El alumno de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual de TECH es un estudiante con gran capacidad de adaptación y con claridad de pensamiento. Posee un gran interés social y seguridad en sí mismo. Es competitivo, crítico, reflexivo y tiene una gran habilidad para el manejo del lenguaje técnico con una gran capacidad de análisis. Todo esto facilitará su incorporación a grandes empresas audiovisuales, tanto del mundo hispano como angloparlante. CNN, Warner Bros, Disney, Telemundo... son solo algunos ejemplos de grandes compañías que demandan profesionales con un perfil audiovisual para incorporar a sus equipos. En concreto, tras finalizar sus estudios, el alumno estará preparado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo:

- Director, guionista y realizador audiovisual
- Productor y gestor audiovisual
- Diseñador de producción y postproducción
- Investigador
- Responsable o técnico de comunicación institucional
- Responsable o técnico de marketing y publicidad
- Creativo publicitario
- Producción televisiva
- Producción cinematográfica
- Producción Publicitaria
- Creatividad Publicitaria
- Gestión de productos audiovisuales
- Dirección productos audiovisuales
- Creación de productos de animación
- Dirección de comunicación en videojuegos
- Diseño de posproducción
- Dirección de arte
- Dirección de sonido
- Docente

## Metodología

Esta Licenciatura ofrece un método de aprendizaje distinto al convencional: **el Relearning**. Un sistema que universidades tan prestigiosas como Harvard utilizan para capacitar sus alumnos. TECH ha conseguido para su alumnado la licencia de uso de este método que ponemos ahora a servicio de los estudiantes. Un modelo de aprendizaje inmersivo que impulsa la integración de los conocimientos y minimiza el olvido involuntario, accediendo así a cotas de eficacia mucho mayor en el estudio.

*Excelencia.  
Flexibilidad.  
Vanguardia.*



“

*TECH es la primera escuela online 100% licenciada para utilizar la metodología re-learning. Una ventaja que diferencia y pone al alcance del alumnado los mejores recursos de enseñanza disponibles actualmente”*

## En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar tus 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 de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en este área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Para ello nos basamos en los case studies de la Harvard Business School, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite emplear los materiales con los que se estudia en la más prestigiosa Universidad del mundo: HARVARD.

“*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 harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus 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 16 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 aprenderás 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 (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos capacitado a 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.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



#### Material de estudio

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

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



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



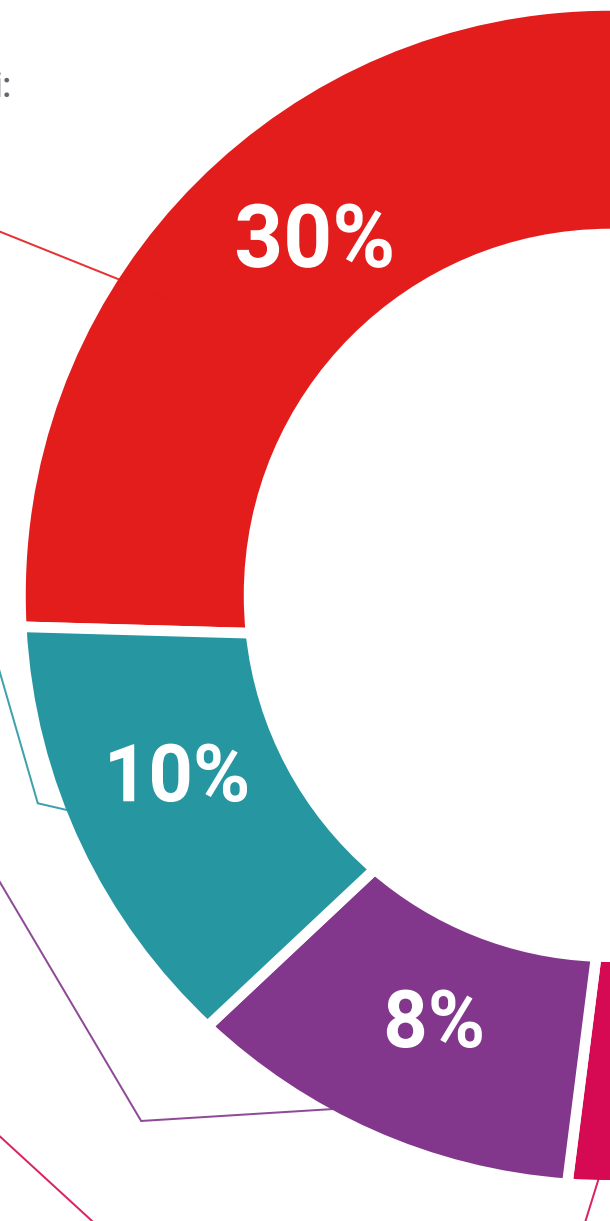
#### Prácticas de habilidades y competencias

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

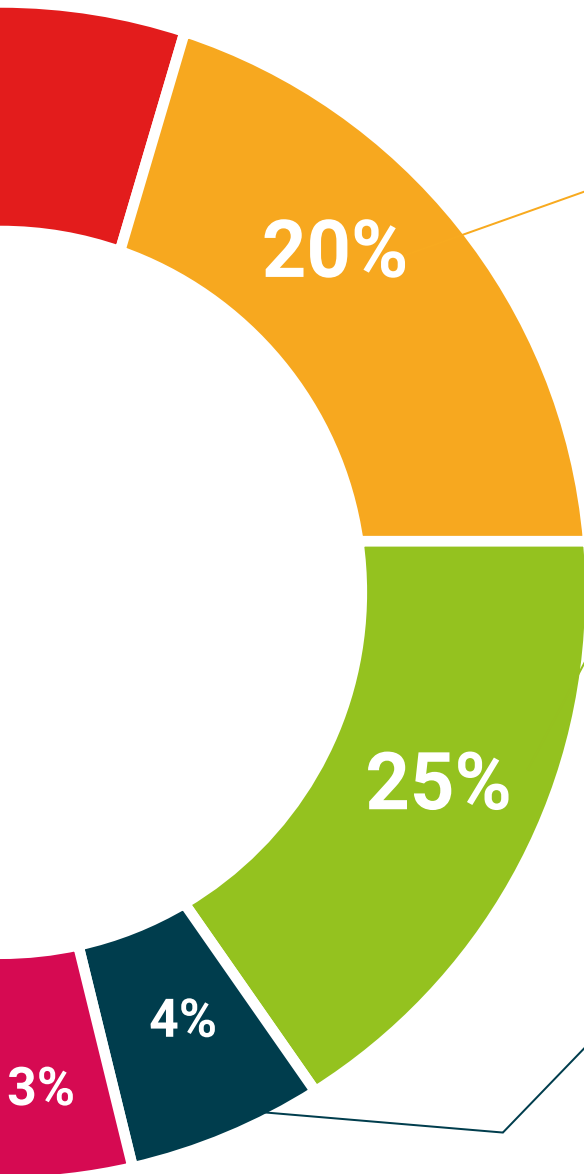


#### Lecturas complementarias

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







**Case Studies**

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



**Resúmenes interactivos**

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

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



**Testing & Retesting**

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



# 09

## Requisitos de acceso y proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de las universidades en línea en todo el país. Podrás comenzar la licenciatura sin trámites ni demoras: empieza a preparar la documentación y entrégala más adelante, sin premuras. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos, para ti, sean sencillos y no te ocasionen retrasos, ni incomodidades.



“

*Ayudándote desde el inicio, TECH ofrece el procedimiento de admisión más sencillo y rápido de todas las universidades en línea del país”*

## 68 | Requisitos de acceso y proceso de admisión

### Requisitos de acceso

Para poder acceder a la Licenciatura en Comunicación Audiovisual es necesario haber concluido estudios de bachillerato, o equivalente a estudios de educación media superior, para poder ingresar en el programa. Puede consultar requisitos establecidos en el Reglamento de TECH.

### Proceso de admisión

Para TECH es del todo fundamental que, en el inicio de la relación académica, el alumno esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, hemos creado un protocolo más sencillo en el que podrás concentrarte, desde el primer momento en tu formación, contando con un plazo mucho mayor de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

De esta manera, podrás incorporarte al curso tranquilamente. Algún tiempo más tarde, te informaremos del momento en el que podrás ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy sencilla, cómoda y rápida. Sólo deberás cargarlos y enviarlos, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Llegado el momento podrás contar con nuestro soporte, si te hace falta. Todos los documentos que nos facilites deberán ser rigurosamente ciertos y estar en vigor en el momento en que los envías.

“

*Ingresar al programa de Licenciatura de forma rápida y sin complicarte en trámites administrativos. Para que empieces a formarte desde el primer momento”*



En cada caso, los documentos que debes tener listos para cargar en el campus virtual son:

### Estudiantes con estudios universitarios realizados en México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- ♦ Copia digitalizada de la Clave Única de Registro de Población (CURP)
- ♦ Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales legalizado
- ♦ Copia digitalizada del título legalizado

En caso de haber estudiado fuera de México, consulta con tu asesor académico. Se requerirá documentación adicional en casos especiales, como inscripciones a la licenciatura como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

*Es del todo necesario que atestigües que todos los documentos que nos facilitas son verdaderos y mantienen su vigencia en el momento en que los envías.*

### Estudiantes con estudios universitarios realizados fuera de México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- ♦ Copia digitalizada del Título, Diploma o Grado Académico oficiales que ampare los estudios realizados en el extranjero
- ♦ Copia digitalizada del Certificado de Estudios. En el que aparezcan las asignaturas con las calificaciones de los estudios cursados, que describan las unidades de aprendizaje, periodos en que se cursaron y calificaciones obtenidas

Se requerirá documentación adicional en casos especiales como inscripciones a la licenciatura como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

## Titulación

Esta carrera universitaria permite alcanzar la titulación de Licenciatura en Comunicación Audiovisual, obteniendo el título universitario con el que el alumno podrá desarrollarse como profesional allá donde vaya, acreditando su educación y creciendo en su carrera académica. Este es un logro al que accederá de forma sencilla, gracias a las herramientas de aprendizaje que encontrará en este programa, que están diseñadas y desarrolladas con el estándar de calidad más elevado del panorama educativo superior.





“

*Consigue tu título de Licenciado en  
Comunicación Audiovisual con la  
universidad digital más reputada del  
país”*

## 72 | Titulación

Este programa te permite alcanzar la titulación de **Licenciatura en Comunicación Audiovisual**, obteniendo un título universitario válido por la Secretaría de Educación Pública (SEP).

El plan de estudios de este programa se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha de **07/09/2020** y número de acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE): **20210892**.

Puedes acceder al [documento oficial del RVOE](#) expedido por la Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación (DGAIR) de la SEP.

**Para más información sobre qué es el RVOE puedes consultar [aquí](#):**

Título: **Licenciatura en Comunicación Audiovisual**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Nº de RVOE: **20210892**

Fecha acuerdo RVOE: **07/09/2020**

Duración: **aprox. 4 años**



*Si tiene cualquier duda puede dirigirse a su asesor académico o directamente a la Oficina de Control Escolar y Titulaciones a través de este correo electrónico: [informacion@techtitute.com](mailto:informacion@techtitute.com)*

Para recibir el presente título no será necesario realizar ningún trámite. TECH Universidad realizará todas las gestiones oportunas ante las diferentes administraciones públicas en su nombre, para hacerle llegar a su domicilio:

- ♦ Grado de la Licenciatura
- ♦ Certificado total de estudios
- ♦ Cédula Profesional

Si requiere que cualquiera de estos documentos le lleguen apostillados a su domicilio, póngase en contacto con su asesor académico.

TECH Universidad se hará cargo de todos los trámites.







Nº de RVOE: 20210892

Licenciatura  
**Comunicación  
Audiovisual**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **aprox. 4 años**

Fecha acuerdo RVOE: **07/09/2020**

# Licenciatura Comunicación Audiovisual

Nº de RVOE: 20210892

**RVOE**

EDUCACIÓN SUPERIOR



**tech**  
universidad