

Licenciatura Oficial Universitaria Comunicación Audiovisual

Nº de RVOE: 20210892

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR



tech
universidad



Nº de RVOE: 20210892

Licenciatura Oficial Universitaria Comunicación Audiovisual

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **3 años y 4 meses**

Fecha de vigencia RVOE: 07/05/2021

Acceso web: www.techtute.com/mx/periodismo/licenciatura-universitaria/licenciatura-universitaria-comunicacion-audiovisual

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Convalidación
de asignaturas

pág. 40

05

Objetivos docentes

pág. 46

06

Salidas profesionales

pág. 54

07

Idiomas gratuitos

pág. 58

08

Máster Título Propio gratuito

pág. 62

09

Metodología de estudio

pág. 66

10

Titulación

pág. 76

11

Homologación del título

pág. 80

12

Requisitos de acceso

pág. 84

13

Proceso de admisión

pág. 88

01

Presentación del programa

Con la expansión de las plataformas digitales y el uso intensivo de redes sociales, las narrativas transmedia se han consolidado como una estrategia clave en la Comunicación audiovisual contemporánea. Mediante este enfoque, los especialistas puedan difundir sus piezas en formatos como series web, videojuegos, redes sociales, podcasts y experiencias interactivas. Sin embargo, pese a estas ventajas, esta integración plantea desafíos significativos como la necesidad de mantener la coherencia narrativa en diferentes medios, la fragmentación de las audiencias o la adaptación a las demandas tecnológicas. Por eso, TECH lanza una revolucionaria titulación universitaria 100% online que brindará a los productores las técnicas más modernas para crear piezas audiovisuales de primer nivel y distribuirlas en diferentes plataformas.

Este es el momento, te estábamos esperando



“

Gracias a esta Licenciatura Oficial Universitaria 100% online, dirigirás proyectos audiovisuales innovadores que te posicionarán en la industria del entretenimiento”

De acuerdo con un nuevo estudio realizado por la Organización de las Naciones Unidas, el campo del streaming alcanzará un valor de 125 mil millones de dólares de cara a los próximos años. Frente a esto, los modelos de negocio tradicionales en el sector audiovisual están sufriendo una constante evolución que afecta directamente los hábitos de consumo de las audiencias globales. En este contexto, los profesionales necesitan disponer de un conocimiento holístico sobre este nuevo paradigma para adaptar sus contenidos informativos y satisfacer las expectativas de un público objetivo cada vez más exigente.

Con esta idea en mente, TECH presenta una vanguardista Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual. Diseñada por auténticas referencias en este ámbito, el plan de estudios ahondará en cuestiones que comprenden desde los diferentes géneros periodísticos o técnicas de storytelling hasta los procedimientos de postproducción digital. En sintonía con esto, los materiales didácticos profundizarán en las estrategias más efectivas tanto para la distribución como promoción de productos audiovisuales. De este modo, los egresados desarrollarán un conjunto de habilidades periodísticas, técnicas y artísticas que les permitirán gestionar productos visuales con éxito.

Cabe destacar que, este itinerario académico cuenta con el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE) otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP), lo que garantiza la validez oficial del título en México. Esta acreditación abrirá a los alumnos del temario las puertas a disímiles oportunidades profesionales y a la posibilidad de continuar estudios de posgrado.

Por otra parte, TECH utiliza su disruptivo método del Relearning para garantizar el aprendizaje gradual de los periodistas. Está comprobado científicamente que este modelo de enseñanza sirve para asimilar los conocimientos de forma progresiva. Para ello, se fundamenta en la reiteración de los conceptos primordiales para que estos perduren en la memoria sin el esfuerzo extra que conlleva memorizar. A su vez, el temario se ve complementado con diversos recursos audiovisuales entre los que destacan vídeos explicativos o resúmenes interactivos.





“

Adquirirás competencias avanzadas para gestionar cada una de las etapas de los productos audiovisuales, desde la producción u optimización de recursos hasta su difusión”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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

Te damos +

“

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

La mejor universidad online del mundo según FORBES

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

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

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

El mejor claustro docente top internacional

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

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

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

La mayor universidad digital del mundo

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

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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



Google Partner Premier

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



La universidad mejor valorada por sus alumnos

La web de valoraciones Trustpilot ha posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo por sus alumnos. Este portal de reseñas, el más fiable y prestigioso porque verifica y valida la autenticidad de cada opinión publicada, ha concedido a TECH su calificación más alta, 4,9 sobre 5, atendiendo a más de 1.000 reseñas recibidas. Unas cifras que sitúan a TECH como la referencia universitaria absoluta a nivel internacional.



03

Plan de estudios

Este completísimo programa universitario responderá a las necesidades del mercado Audiovisual, por lo que profundizará en materias que abarcan desde la narrativa o producción multimedia hasta la dirección cinematográfica. Gracias al enfoque multidisciplinar de la titulación, los profesionales dispondrán de una comprensión integral en áreas como la escritura de guiones, la realización radiofónica e incluso el análisis de audiencias. De este modo, los egresados tendrán a su alcance todas las herramientas necesarias para crear productos audiovisuales exclusivos y de primer nivel, capaces de posicionarse en un mercado elevadamente competitivo.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*

“

Profundizarás en las técnicas más sofisticadas para analizar las preferencias de las audiencias y desarrollar piezas audiovisuales que cumplan sus expectativas”

Por otro lado, al margen del temario, los expertos encontrarán en el Campus Virtual una biblioteca de recursos multimedia de apoyo como vídeos explicativos, casos de estudio, lecturas especializadas o resúmenes interactivos. Esto permitirá a los egresados disfrutar de una experiencia inmersiva, amena y dinámica. A su vez, los periodistas contarán con plena flexibilidad para personalizar tanto sus horarios como ritmo de estudio, lo que les permitirá compaginar su aprendizaje con el resto de sus responsabilidades diarias.

“

A través del disruptivo sistema Relearning de TECH, assimilarás los conceptos esenciales de una forma rápida, natural y precisa”

Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Licenciatura Oficial Universitaria se ofrece 100% online, por lo que el alumno podrá cursarlo desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su *smartphone*. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a Internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico, gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.



En esta Licenciatura con RVOE, el alumnado dispondrá de 40 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 3 años y 4 meses de estudio.

Asignatura 1	Teoría de la Comunicación social	Asignatura 21	Movimientos artísticos contemporáneos
Asignatura 2	Documentación informativa	Asignatura 22	Teoría y técnica de la realización
Asignatura 3	Comunicación escrita	Asignatura 23	Estructura del sistema audiovisual
Asignatura 4	Tecnología y gestión de la información y del conocimiento	Asignatura 24	Postproducción digital
Asignatura 5	Introducción al derecho	Asignatura 25	Producción audiovisual
Asignatura 6	Lengua española	Asignatura 26	Historia del cine y la televisión
Asignatura 7	Teoría de la comunicación interpersonal	Asignatura 27	Cine norteamericano y cine europeo
Asignatura 8	Introducción a la economía	Asignatura 28	Guion de cine
Asignatura 9	Teoría del periodismo	Asignatura 29	Cine en América, Hispanoamérica, Asia y África
Asignatura 10	Comunicación visual	Asignatura 30	Estudios televisivos
Asignatura 11	Análisis de la imagen audiovisual	Asignatura 31	Realización de ficción y dirección de actores
Asignatura 12	Introducción a la psicología de la Comunicación	Asignatura 32	Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación
Asignatura 13	Historia social y política contemporánea	Asignatura 33	Estudios fílmicos
Asignatura 14	Comunicación institucional	Asignatura 34	Cine informativo y documental
Asignatura 15	Literatura y creación literaria	Asignatura 35	Géneros, formatos y programación en televisión
Asignatura 16	Teoría de la publicidad	Asignatura 36	El público audiovisual
Asignatura 17	Comunicación radiofónica	Asignatura 37	Guion de televisión: programas y ficción
Asignatura 18	Periodismo cultural	Asignatura 38	Cine, televisión y sociedad contemporánea
Asignatura 19	Narrativa audiovisual	Asignatura 39	Gestión y promoción de productos audiovisuales
Asignatura 20	Cultura audiovisual	Asignatura 40	Publicidad audiovisual

Así, los contenidos académicos de estas asignaturas abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1

Teoría de la comunicación social

1.1. El arte de comunicar

- 1.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
- 1.1.2. El conocimiento
- 1.1.3. Las fuentes del conocimiento
- 1.1.4. Los métodos científicos
- 1.1.5. El método deductivo
- 1.1.6. El método inductivo
- 1.1.7. El método hipotético – deductivo
- 1.1.8. Conceptos comunes en la investigación científica
- 1.1.9. Variables dependientes e independientes
- 1.1.10. Hipótesis
- 1.1.11. La operacionalización
- 1.1.12. La ley o teoría de cobertura

1.2. Elementos de la comunicación

- 1.2.1. Introducción
- 1.2.2. Elementos de la comunicación
- 1.2.3. La investigación empírica
- 1.2.4. Investigación básica versus investigación aplicada
- 1.2.5. Los paradigmas de investigación
- 1.2.6. Los valores en la investigación
- 1.2.7. La unidad de análisis
- 1.2.8. Estudios trasversales y longitudinales
- 1.2.9. Definir la comunicación

1.3. Trayectorias de la investigación en comunicación social

- 1.3.1. Introducción. La comunicación en el mundo antiguo
- 1.3.2. Teóricos de la comunicación
- 1.3.3. Grecia
- 1.3.4. Los sofistas, primeros teóricos de la comunicación
- 1.3.5. La retórica aristotélica
- 1.3.6. Cicerón y los cánones de la retórica
- 1.3.7. Quintiliano: la institución oratoria
- 1.3.8. El periodo moderno: la teoría de la argumentación
- 1.3.9. El humanismo antirretoricista
- 1.3.10. La comunicación en el Barroco
- 1.3.11. De la Ilustración a la sociedad de masas
- 1.3.12. El siglo XX: la retórica de los medios de comunicación de masas
- 1.3.13. La comunicación mediática

1.4. La conducta comunicativa

- 1.4.1. Introducción: el proceso comunicativo
- 1.4.2. La conducta comunicativa
- 1.4.3. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
- 1.4.4. Los antecedentes biológicos de la comunicación
- 1.4.5. La comunicación intrapersonal
- 1.4.6. Los patrones de conducta comunicativa
- 1.4.7. El estudio de la conducta comunicativa no verbal

- 1.4.8. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
- 1.4.9. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales

1.5. La transacción comunicativa

- 1.5.1. Introducción: La transacción comunicativa
- 1.5.2. El análisis transaccional
- 1.5.3. El yo-niño
- 1.5.4. El yo-padre
- 1.5.5. El yo-adulto
- 1.5.6. Clasificación de las transacciones

1.6. Identidad, autoconcepto y comunicación

- 1.6.1. Introducción
- 1.6.2. Identidad, autoconcepto y comunicación
- 1.6.3. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades
- 1.6.4. La estrategia de las emociones negativas
- 1.6.5. La estrategia de las emociones positivas
- 1.6.6. La estrategia de inducción de emociones en los otros
- 1.6.7. La estrategia de compromiso mutuo
- 1.6.8. La estrategia de la lástima o la comprensión
- 1.6.9. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos
- 1.6.10. El interaccionismo simbólico
- 1.6.11. El constructivismo

- 1.6.12. El autoconcepto motivado para interactuar
- 1.6.13. La teoría de la acción razonada
- 1.6.14. Pragmática conversacional

1.7. La comunicación en grupos y organizaciones

- 1.7.1. Introducción: el proceso comunicativo
- 1.7.2. La conducta comunicativa
- 1.7.3. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
- 1.7.4. Los antecedentes biológicos de la comunicación
- 1.7.5. La comunicación intrapersonal
- 1.7.6. Los patrones de conducta comunicativa
- 1.7.7. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
- 1.7.8. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
- 1.7.9. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales

1.8. Comunicación mediática I

- 1.8.1. Introducción
- 1.8.2. La comunicación mediática
- 1.8.3. Características de los medios y de sus mensajes
- 1.8.4. Los medios de comunicación de masas
- 1.8.5. Las funciones de los medios
- 1.8.6. Los efectos poderosos de los medios de masas
- 1.8.7. Los medios nos dicen qué debemos pensar y qué no debemos pensar

1.9. Comunicación mediática II

- 1.9.1. Introducción
- 1.9.2. La teoría hipodérmica
- 1.9.3. Los efectos limitados de los medios de comunicación
- 1.9.4. Los usos y gratificaciones de la comunicación de masas
- 1.9.5. Teoría de usos y gratificaciones
- 1.9.6. Orígenes y principios
- 1.9.7. Objetivos de la teoría de usos y gratificaciones
- 1.9.8. Teoría de la expectativa

1.10. Comunicación mediática III

- 1.10.1. Introducción
- 1.10.2. La comunicación computarizada y la realidad virtual
- 1.10.3. La comunicación mediante ordenadores: el problema de su integración teórica
- 1.10.4. Definiciones de la comunicación computarizada
- 1.10.5. Evolución de la teoría de los usos y gratificaciones
- 1.10.6. Refuerzos de la teoría de la dependencia mediática
- 1.10.7. La realidad virtual como objeto de estudio emergente
- 1.10.8. La inmersión psicológica del usuario
- 1.10.9. La telepresencia

Asignatura 2**Documentación informativa****2.1. Introducción a la documentación como ciencia**

- 2.1.1. Introducción
- 2.1.2. La sociedad de la información y el conocimiento
- 2.1.3. Información y documentación
- 2.1.4. Definición de la documentación
- 2.1.5. El nacimiento de la documentación como ciencia
- 2.1.6. Los centros de documentación

2.2. Historia y características de la documentación Informativa

- 2.2.1. Introducción
- 2.2.2. Historia de la documentación informativa
- 2.2.3. Características generales de la documentación informativa
- 2.2.4. Principios de la documentación informativa
- 2.2.5. Funciones de la documentación informativa

2.3. La crónica periodística. Titulares, entradillas y recursos de estilo

- 2.3.1. Introducción
- 2.3.2. La titulación de las crónicas
- 2.3.3. Tipos de entradilla
- 2.3.4. El cuerpo: principales recursos de estilo
- 2.3.5. Obras de consulta: concepto y clasificación

2.4. El análisis documental I

- 2.4.1. Introducción
- 2.4.2. La cadena documental
- 2.4.3. La selección documental
- 2.4.4. El análisis documental
- 2.4.5. La catalogación
- 2.4.6. La descripción documental y el asiento bibliográfico

2.5. El análisis documental II

- 2.5.1. Introducción
- 2.5.2. La clasificación
- 2.5.3. La indización
- 2.5.4. El resumen
- 2.5.5. La referencia documental
- 2.5.6. Los lenguajes documentales

2.6. Recuperación de información y bases de datos

- 2.6.1. Introducción
- 2.6.2. La recuperación de información
- 2.6.3. Los sistemas de gestión de bases de datos
- 2.6.4. Lenguajes de interrogación y ecuaciones de búsqueda
- 2.6.5. La evaluación de la recuperación de información
- 2.6.6. Las bases de datos

2.7. La documentación fotográfica

- 2.7.1. Introducción
- 2.7.2. La fotografía
- 2.7.3. El documento fotográfico
- 2.7.4. Criterios de selección fotográfica
- 2.7.5. El análisis documental de las fotografías

2.8. La documentación radiofónica

- 2.8.1. Introducción
- 2.8.2. Características del documento sonoro
- 2.8.3. Tipología de los documentos radiofónicos
- 2.8.4. Los archivos radiofónicos
- 2.8.5. Análisis documental de la información sonora
- 2.8.6. La documentación informativa en la radio

2.9. La documentación audiovisual

- 2.9.1. Introducción
- 2.9.2. El documento audiovisual
- 2.9.3. La documentación televisiva
- 2.9.4. El análisis documental de la imagen en movimiento
- 2.9.5. La documentación cinematográfica

2.10. La documentación en prensa digital y en gabinetes de comunicación

- 2.10.1. Introducción
- 2.10.2. El servicio básico de documentación en medios escritos
- 2.10.3. El proceso documental en medios digitales
- 2.10.4. El servicio de documentación en la redacción digital
- 2.10.5. La documentación en los gabinetes de comunicación

Asignatura 3

Comunicación escrita

3.1. Historia de la comunicación

- 3.1.1. Introducción
- 3.1.2. La comunicación en la antigüedad
- 3.1.3. La revolución de la comunicación
- 3.1.4. La comunicación actual

3.2. Comunicación oral y escrita

- 3.2.1. Introducción
- 3.2.2. El texto y su lingüística
- 3.2.3. El texto y sus propiedades: coherencia y cohesión
 - 3.2.3.1. Coherencia
 - 3.2.3.2. Cohesión
 - 3.2.3.3. Recurrencia

3.3. La planificación o preescritura

- 3.3.1. Introducción
- 3.3.2. El proceso de escritura
- 3.3.3. La planificación
- 3.3.4. La documentación

3.4. El acto de escritura

- 3.4.1. Introducción
- 3.4.2. Estilo
- 3.4.3. Léxico
- 3.4.4. Oración
- 3.4.5. Párrafo

3.5. La reescritura

- 3.5.1. Introducción
- 3.5.2. La revisión
- 3.5.3. Cómo usar el ordenador para mejorar el texto
 - 3.5.3.1. Diccionario
 - 3.5.3.2. Buscar/cambiar
 - 3.5.3.3. Sinónimos
 - 3.5.3.4. Párrafo

- 3.5.3.5. Matices
- 3.5.3.6. Cortar y pegar
- 3.5.3.7. Control de cambios, comentarios y comparación de versiones

3.6. Cuestiones de ortografía y gramática

- 3.6.1. Introducción
- 3.6.2. Problemas más comunes de acentuación
- 3.6.3. Mayúsculas
- 3.6.4. Signos de puntuación
- 3.6.5. Abreviaturas y siglas
- 3.6.6. Otros signos
- 3.6.7. Algunos problemas

3.7. Modelos textuales: la descripción

- 3.7.1. Introducción
- 3.7.2. Definición
- 3.7.3. Tipos de descripción
- 3.7.4. Clases de descripción
- 3.7.5. Técnicas
- 3.7.6. Elementos lingüísticos

3.8. Modelos textuales: la narración

- 3.8.1. Introducción
- 3.8.2. Definición
- 3.8.3. Características
- 3.8.4. Elementos
- 3.8.5. El narrador
- 3.8.6. Elementos lingüísticos

3.9. Modelos textuales: la exposición y el género epistolar

- 3.9.1. Introducción
- 3.9.2. La exposición
- 3.9.3. El género epistolar
- 3.9.4. Elementos

3.10. Modelos textuales: la argumentación

- 3.10.1. Introducción
- 3.10.2. Definición
- 3.10.3. Elementos y estructura de la argumentación
- 3.10.4. Tipos de argumentos
- 3.10.5. Falacias
- 3.10.6. Estructura
- 3.10.7. Rasgos lingüísticos

3.11. La escritura académica

- 3.11.1. Introducción
- 3.11.2. El trabajo científico
- 3.11.3. El resumen
- 3.11.4. La reseña
- 3.11.5. El ensayo
- 3.11.6. Las citas
- 3.11.7. La escritura en Internet

Asignatura 4

Tecnología y gestión de la información y del conocimiento

4.1. Nuevas tendencias de la comunicación

- 4.1.1. Introducción a la informática
- 4.1.2. ¿Qué es un ordenador?
- 4.1.3. Elementos de un ordenador
- 4.1.4. Los ficheros
- 4.1.5. La compresión de ficheros
- 4.1.6. Representación y medición de la información
- 4.1.7. La enseñanza a distancia
- 4.1.8. Reglas básicas de la comunicación en línea

- 4.1.9. ¿Cómo descargar información de Internet?
- 4.1.10. Guardar una imagen
- 4.1.11. El foro como lugar de interacción

4.2. El diseño y las utilidades de las aulas virtuales para la enseñanza a distancia

- 4.2.1. Introducción
- 4.2.2. La educación a distancia
- 4.2.3. Características
- 4.2.4. Ventajas de la educación a distancia
- 4.2.5. Generaciones de Educación a Distancia
- 4.2.6. Las aulas virtuales en la enseñanza a distancia
- 4.2.7. El diseño de las aulas virtuales para la enseñanza a distancia
- 4.2.8. Los mundos virtuales y la educación a distancia
- 4.2.9. Segunda vida

4.3. Técnicas para la planificación y organización

- 4.3.1. Introducción
- 4.3.2. Mapas de conocimiento
- 4.3.3. Funcionalidades
- 4.3.4. Clasificación de los mapas de conocimiento
- 4.3.5. Concepto y definición del mapa de conocimiento
- 4.3.6. Mapeo o aplicación de los conocimientos
- 4.3.7. Construcción de mapas de conocimiento
- 4.3.8. Tipos de mapas de conocimientos
- 4.3.9. Mapas de conocimiento con nombre propio
- 4.3.10. Mapas de conceptos
- 4.3.11. Mapas mentales
- 4.3.12. Páginas amarillas

4.4. Entornos colaborativos de trabajo: herramientas y aplicaciones en la nube

- 4.4.1. Introducción
- 4.4.2. Evaluación comparativa
- 4.4.3. Conceptos
- 4.4.4. Punto de referencia y evaluación comparativa
- 4.4.5. Tipos y fases de benchmarking. Enfoques y aproximaciones de evaluación comparativa
- 4.4.6. Costes y beneficios de la evaluación comparativa
- 4.4.7. El caso Xerox
- 4.4.8. Memorias institucionales

4.5. Comunicación en línea y comunicación en línea para el aprendizaje

- 4.5.1. Introducción
- 4.5.2. La comunicación en línea
- 4.5.3. ¿Qué es la comunicación y cómo se realiza?
- 4.5.4. ¿Qué es la comunicación en línea?
- 4.5.5. Comunicación en línea para el aprendizaje
- 4.5.6. Comunicación en línea para el aprendizaje y el estudiante a distancia
- 4.5.7. Herramientas libres de comunicación en línea
- 4.5.8. Correo electrónico
- 4.5.9. Herramientas de mensajería instantánea
- 4.5.10. Herramienta Google Talk
- 4.5.11. Herramienta Pidgin
- 4.5.12. Herramienta Facebook Messenger
- 4.5.13. Herramienta WhatsApp

4.6. Gestión del conocimiento

- 4.6.1. Introducción a la gestión del conocimiento
- 4.6.2. Matrices FODA
- 4.6.3. ¿Qué es la comunicación y cómo se realiza?
- 4.6.4. Definición
- 4.6.5. Pasos para construir un diagrama causa-efecto

4.7. Herramientas de tratamiento de datos. Hojas de cálculo

- 4.7.1. Introducción a las hojas de cálculo
- 4.7.2. Orígenes
- 4.7.3. Celdas
- 4.7.4. Operaciones aritméticas básicas en hojas de cálculo
- 4.7.5. Las cuatro operaciones básicas
- 4.7.6. Operaciones con constantes
- 4.7.7. Operaciones con variables. Ventajas
- 4.7.8. Relativas

4.8. Herramientas de presentación digital

- 4.8.1. Introducción
- 4.8.2. ¿Cómo preparar presentaciones académicas efectivas?
- 4.8.3. Planificación y esquematización de la presentación
- 4.8.4. Producción
- 4.8.5. Herramienta SlideShare
- 4.8.6. Características y funcionalidades principales
- 4.8.7. ¿Cómo usar SlideShare?

4.9. Fuentes de información en línea

- 4.9.1. Introducción
- 4.9.2. Medios de comunicación tradicionales
- 4.9.3. Radio
- 4.9.4. Prensa
- 4.9.5. Televisión
- 4.9.6. Blog
- 4.9.7. Youtube
- 4.9.8. Redes sociales
- 4.9.9. Facebook
- 4.9.10. Twitter
- 4.9.11. Instagram
- 4.9.12. Snapchat
- 4.9.13. Publicidad en buscadores
- 4.9.14. Boletín informativo

4.10. La saturación de la información

- 4.10.1. Introducción
- 4.10.2. La saturación de información
- 4.10.3. La información en el mundo actual
- 4.10.4. Prensa
- 4.10.5. Televisión
- 4.10.6. Radio
- 4.10.7. La manipulación de la información

Asignatura 5

Introducción al derecho

5.1. El derecho y las normas jurídicas

- 5.1.1. Concepto de derecho
- 5.1.2. Concepto de deber
- 5.1.3. La norma

5.2. Clasificación de las normas jurídicas

- 5.2.1. Criterios
- 5.2.2. Clasificación

5.3. Fuentes del derecho

- 5.3.1. Fuentes formales
- 5.3.2. Fuentes reales
- 5.3.3. Fuentes históricas

5.4. Acepciones del término derecho

- 5.4.1. Derecho positivo y derecho vigente
- 5.4.2. Derecho objetivo y derecho subjetivo
- 5.4.3. Derecho real y derecho personal

5.5. Lenguaje normativo

- 5.5.1. Conceptos de ley, norma y regla
- 5.5.2. Notas que distinguen los sistemas normativos

5.6. El Estado y derecho

- 5.6.1. Conceptos de justicia
- 5.6.2. Estado y sus elementos
- 5.6.3. Estado mexicano

5.7. El derecho como ciencia

- 5.7.1. Disciplinas jurídicas especiales
- 5.7.2. Disciplinas jurídicas auxiliares

5.8. Hechos y actos jurídicos

- 5.8.1. Supuestos jurídicos
- 5.8.2. Concepto de hecho jurídicos
- 5.8.3. Concepto de actos jurídicos

5.9. Sujetos de derecho

- 5.9.1. Persona física
- 5.9.2. Persona moral o jurídica
- 5.9.3. Atributos de las personas físicas

5.10. Interpretación jurídica

- 5.10.1. Concepto de técnica jurídica
- 5.10.2. Métodos de interpretación
- 5.10.3. Reglas de interpretación

Asignatura 6

Lengua española

6.1. La lengua en los medios de comunicación de masas

- 6.1.1. Introducción
- 6.1.2. Rasgos del lenguaje periodísticos
- 6.1.3. El lenguaje en los distintos canales de difusión informativa
- 6.1.4. Responsabilidad lingüística de los profesionales de la comunicación
- 6.1.5. Los libros de estilo: definición y función

6.2. Semiótica

- 6.2.1. Introducción
- 6.2.2. El signo
- 6.2.3. Los sistemas de signos: los códigos
- 6.2.4. La semiótica lingüística
- 6.2.5. Lenguaje, lengua, habla y norma

6.3. Fonética y fonología del español

- 6.3.1. Introducción
- 6.3.2. Fonética y Fonología: objeto de estudio
- 6.3.3. Sistema vocálico del español: las vocales de la lengua española
- 6.3.4. Sistema consonántico del español: las consonantes de la lengua española
- 6.3.5. Subsistemas vocálicos y consonánticos del español
- 6.3.6. Los elementos suprasegmentales: el acento y la entonación
- 6.3.7. Las normas ortográficas: principales cambios en la nueva ortografía de lengua española de la RAE (2010)

6.4. Morfología del español: morfología flexiva

- 6.4.1. Introducción
- 6.4.2. Morfología y unidades de análisis morfológico: palabras, morfemas y lexemas
- 6.4.3. Morfología flexiva
- 6.4.4. Problemas y errores de naturaleza morfológica más comunes

6.5. Morfología del español: morfología derivativa

- 6.5.1. Introducción
- 6.5.2. Mecanismos neológicos formales: procedimientos morfológicos de formación de palabras en español
- 6.5.3. Dudas relacionadas con la formación de palabras
- 6.5.4. La formación del plural en los compuestos

6.6. Sintaxis del español: la oración simple

- 6.6.1. Introducción
- 6.6.2. El sintagma: características
- 6.6.3. Tipos de sintagma
- 6.6.4. Los complementos del núcleo verbal: las funciones sintácticas oracionales
- 6.6.5. Otras funciones de la enunciación
- 6.6.6. Clasificación oracional
- 6.6.7. Errores de naturaleza sintáctica

6.7. Sintaxis del español: la oración compuesta

- 6.7.1. Introducción
- 6.7.2. La coordinación
- 6.7.3. La subordinación
- 6.7.4. Errores de naturaleza sintáctica (oración compuesta)

6.8. Semántica y lexicología del español

- 6.8.1. Introducción
- 6.8.2. Distinciones terminológicas: el significado
- 6.8.3. Unidades de análisis semántico: el análisis componencial del significado
- 6.8.4. El paradigma cognitivo: la teoría de prototipos
- 6.8.5. Las relaciones semánticas
- 6.8.6. El cambio semántico
- 6.8.7. Las herramientas lexicográficas: los diccionarios

6.9. Pragmática del español

- 6.9.1. Introducción
- 6.9.2. Conceptos básicos de la pragmática
- 6.9.3. Austin y Searle: la teoría de los actos de habla
- 6.9.4. Grice: el principio de cooperación
- 6.9.5. Sperber y Wilson: la teoría de la relevancia
- 6.9.6. Más allá de las fronteras oracionales: el enunciado y el texto

6.10. Sociolingüística del español

- 6.10.1. Introducción
- 6.10.2. El español como entramado de variedades
- 6.10.3. Variedades diatópicas del español
- 6.10.4. Variedades diastráticas del español
- 6.10.5. Variedades diafásicas del español
- 6.10.6. La norma panhispánica del español: el español como lengua policéntrica

Asignatura 7

Teoría de la comunicación interpersonal

7.1. Naturaleza de la comunicación y de la comunicación interpersonal

- 7.1.1. Introducción
- 7.1.2. Naturaleza de la comunicación
- 7.1.3. Elementos estructurales del proceso comunicativo
- 7.1.4. Funciones de la comunicación
- 7.1.5. Definición de comunicación y principios básicos

7.2. Teorías de la comunicación

- 7.2.1. Introducción
- 7.2.2. Naturaleza de las teorías científicas
- 7.2.3. Objetivos de la teoría
- 7.2.4. Teoría del interaccionismo simbólico
- 7.2.5. Teorías de la disonancia cognitiva

7.3. La comunicación en grupos

- 7.3.1. Introducción
- 7.3.2. Factores determinantes en la comunicación grupal
- 7.3.3. Las defensas en la interacción comunicativa
- 7.3.4. Redes sociales de comunicación

7.4. La comunicación verbal

- 7.4.1. Introducción
- 7.4.2. La naturaleza del lenguaje
- 7.4.3. El lenguaje: procesos básicos
- 7.4.4. Claridad de los mensajes
- 7.4.5. Hablar con propiedad
- 7.4.6. La crónica deportiva
- 7.4.7. Construcción de la realidad, lenguaje y comunicación

7.5. La comunicación no verbal

- 7.5.1. Introducción
- 7.5.2. Movimientos corporales
- 7.5.3. Contacto visual
- 7.5.4. Funciones de los movimientos corporales
- 7.5.5. Influencia de la cultura en la expresión de los movimientos corporales
- 7.5.6. Diferencias de género en movimientos corporales
- 7.5.7. Elementos paralingüísticos
- 7.5.8. Estilo personal
- 7.5.9. Comunicación no verbal y el ambiente

7.6. La comunicación mendaz: producción y detección de la mentira

- 7.6.1. Introducción
- 7.6.2. La mentira como objeto de estudio en el marco de la comunicación interpersonal
- 7.6.3. Procesos subyacentes en la emisión de una mentira
- 7.6.4. Indicadores no verbales de la mentira
- 7.6.5. Consideraciones finales sobre la mentira y su detección

7.7. Hablar en público I

- 7.7.1. Introducción
- 7.7.2. Fase de preparación
 - 7.7.2.1. Elección del tema, examen de la audiencia y especificación de objetivos
 - 7.7.2.2. Recopilar información pertinente sobre el tema

7.8. Hablar en público II

- 7.8.1. Introducción
- 7.8.2. Postulados de la acción comunicativa
- 7.8.3. Habilidades no verbales
- 7.8.4. Habilidades paralingüísticas
- 7.8.5. Miedo a hablar en público
 - 7.8.5.1. Cómo controlar el miedo a hablar en público

7.9. La influencia interpersonal

- 7.9.1. Introducción
- 7.9.2. El principio de contraste
- 7.9.3. El principio de sanción social
- 7.9.4. El principio de simpatía
- 7.9.5. El principio de reciprocidad
- 7.9.6. El principio de escasez
- 7.9.7. El principio del compromiso y coherencia

7.10. La escucha activa

- 7.10.1. Introducción
- 7.10.2. Barreras a la escucha
- 7.10.3. El proceso de escuchar

Asignatura 8**Introducción a la economía****8.1. Introducción a la oferta, la demanda, el equilibrio y cambios en el mercado**

- 8.1.1. Economía: principios y definiciones
 - 8.1.1.1. Principios a la economía y conceptos
 - 8.1.1.2. Micro y macro economía
 - 8.1.1.3. La escasez de recursos
 - 8.1.1.4. Modelos básicos de la economía

- 8.1.2. El Coste de oportunidad
 - 8.1.2.1. Análisis
 - 8.1.2.2. Valor actual neto
- 8.1.3. El punto de equilibrio
 - 8.1.3.1. Concepto
 - 8.1.3.2. Tipos de coste
 - 8.1.3.3. Cálculo y resultados

8.2. La demanda, la oferta y las preferencias del mercado

- 8.2.1. Mercados y tipos de mercado
 - 8.2.1.1. Concepto de mercado
 - 8.2.1.2. Tipos de mercado
 - 8.2.1.3. Naturaleza de los productos
- 8.2.2. Demanda de mercado
 - 8.2.2.1. Definición y conceptualización
 - 8.2.2.2. Determinantes de la demanda
- 8.2.3. Oferta de mercado
 - 8.2.3.1. Definición y conceptualización
 - 8.2.3.2. Determinantes de la oferta
 - 8.2.3.3. La influencia de la competencia
- 8.2.4. Equilibrio y estática
 - 8.2.4.1. Estática comparativa
 - 8.2.4.2. Funciones de la estática comparativa
 - 8.2.4.3. El equilibrio económico
 - 8.2.4.4. El equilibrio dinámico

8.3. La restricción presupuestaria y el equilibrio del consumidor

- 8.3.1. Restricción presupuestaria y desplazamientos
 - 8.3.1.1. Concepto
 - 8.3.1.2. Pendiente de la recta de balance
 - 8.3.1.3. Movimientos en la recta del balance

- 8.3.2. Elección óptima
 - 8.3.2.1. Concepto
 - 8.3.2.2. Curva de indiferencia
 - 8.3.2.3. Función de utilidad
- 8.3.3. Elección óptima
 - 8.3.3.1. Concepto
 - 8.3.3.2. Curva de indiferencia
 - 8.3.3.3. Función de utilidad

8.4. El excedente del consumidor y del productor. La eficiencia del equilibrio competitivo

- 8.4.1. Excedente del consumidor y productor
 - 8.4.1.1. Ley de rendimientos decrecientes
 - 8.4.1.2. Curva de la oferta y la demanda
 - 8.4.1.3. Utilidad marginal creciente y decreciente
- 8.4.2. La eficiencia del equilibrio competitivo
 - 8.4.2.1. Concepto
 - 8.4.2.2. Las condiciones matemáticas de equilibrio a corto plazo
 - 8.4.2.3. Las condiciones matemáticas de equilibrio competitivo a largo plazo

8.5. Precios máximos y mínimos, el efecto de un impuesto indirecto

- 8.5.1. Precios máximos y mínimos
 - 8.5.1.1. Conceptualización
 - 8.5.1.2. Precio máximo
 - 8.5.1.3. Precio mínimo
- 8.5.2. Efecto de un impuesto indirecto
 - 8.5.2.1. Definición y conceptos más importantes
 - 8.5.2.2. Incidencia legal y económica
 - 8.5.2.3. Análisis de la incidencia económica

8.6. Elasticidad del precio de la demanda y factores determinantes de la elasticidad

- 8.6.1. Elasticidad en el precio de la demanda
 - 8.6.1.1. Conceptos
 - 8.6.1.2. Factores que determinan la elasticidad precio de la demanda
 - 8.6.1.3. Ingreso total y elasticidad
- 8.6.2. Resumen de los tipos de elasticidad
 - 8.6.2.1. Perfectamente o infinitamente elástica
 - 8.6.2.2. Perfectamente o infinitamente inelástica
 - 8.6.2.3. Mayor y menor a 1
 - 8.6.2.4. Igual a 0

8.7. Elasticidad de la demanda cruzada y su cálculo analítico

- 8.7.1. Elasticidad cruzada
 - 8.7.1.1. Contexto
 - 8.7.1.2. Conceptos y definiciones
 - 8.7.1.3. Bienes sustitutos y bienes independientes
- 8.7.2. Cálculo analítico
 - 8.7.2.1. Fórmula
 - 8.7.2.2. Cálculo y ejemplos

8.8. La función de producción y rendimientos

- 8.8.1. La función de producción
 - 8.8.1.1. Supuestos básicos
 - 8.8.1.2. Producción total
 - 8.8.1.3. Producción media
 - 8.8.1.4. Producción marginal
- 8.8.2. Ley de rendimientos decrecientes
 - 8.8.2.1. Concepto
 - 8.8.2.2. Gráfica e interpretaciones
 - 8.8.2.3. Rendimientos a escala

8.9. Los costes a corto plazo y a largo plazo

- 8.9.1. Funciones de costes
 - 8.9.1.1. Definiciones y conceptos
 - 8.9.1.2. Los costes de la empresa
 - 8.9.1.3. Formulación y representaciones
- 8.9.2. Costes a corto plazo
 - 8.9.2.1. Concepto y definiciones
 - 8.9.2.2. Tipos de costes a corto plazo
 - 8.9.2.3. Formulación
- 8.9.3. Costes a largo plazo
 - 8.9.3.1. Concepto y definiciones
 - 8.9.3.2. Tipos de costes a largo plazo
 - 8.9.3.3. Formulación

8.10. Magnitudes básicas de la economía

- 8.10.1. La actividad económica
 - 8.10.1.1. Conceptualización
 - 8.10.1.2. El crecimiento económico
 - 8.10.1.3. Sector público
 - 8.10.1.4. Objetivos generales
- 8.10.2. Índices de precios e indicadores de mercados
 - 8.10.2.1. Conceptualización
 - 8.10.2.2. Índices simples y complejos
 - 8.10.2.3. Producto Interno Bruto nominal
 - 8.10.2.4. Producto Interno Bruto real
- 8.10.3. Flujo circular de la renta
 - 8.10.3.1. Conceptualización
 - 8.10.3.2. Tipos de flujo: real y monetario
 - 8.10.3.3. Intervención del sector público

8.11. Políticas monetarias

- 8.11.1. El dinero y su circulación
 - 8.11.1.1. Conceptualización y objetivos
 - 8.11.1.2. La demanda de dinero
 - 8.11.1.3. Circulación del dinero
- 8.11.2. Equilibrio en el mercado de dinero y políticas monetarias
 - 8.11.2.1. Equilibrios en el mercado
 - 8.11.2.2. Operaciones en mercado abierto
 - 8.11.2.3. Política monetaria convencional y no convencional

8.12. Estructuras y tipos de mercado

- 8.12.1. Estructuras de mercado
 - 8.12.1.1. Concepto de mercado
 - 8.12.1.2. Competencia perfecta e imperfecta
 - 8.12.1.3. Monopolio
 - 8.12.1.4. Oligopolio y duopolio
 - 8.12.1.5. Monoposonio
 - 8.12.1.6. Oligoposonio

8.13. Mercados no competitivos

- 8.13.1. Competencia mercado monopolístico
 - 8.13.1.1. Concepto de monopolio
 - 8.13.1.2. Coste social del monopolio
 - 8.13.1.3. Discriminación de precios
- 8.13.2. Competencia mercado oligopolio
 - 8.13.2.1. Concepto de oligopolio
 - 8.13.2.2. Diferentes tipos de oligopolios

8.14. Modelo de la oferta y demanda agregada

- 8.14.1. La demanda agregada
 - 8.14.1.1. Concepto
 - 8.14.1.2. Bases de cálculo
 - 8.14.1.3. Curva de la demanda agregada
- 8.14.2. El multiplicador keynesiano
 - 8.14.2.1. Concepto
 - 8.14.2.2. Efectos provocados por el multiplicador
 - 8.14.2.3. Bases de cálculo
- 8.14.3. La oferta agregada
 - 8.14.3.1. Concepto
 - 8.14.3.2. Factores
 - 8.14.3.3. Variaciones

8.15. Relaciones económicas internacionales

- 8.15.1. Comercio internacional
 - 8.15.1.1. Conceptos básicos
 - 8.15.1.2. Tipo de cambio y relación real de intercambio
 - 8.15.1.3. Instrumentos de política comercial
- 8.15.2. Balanza de pagos y teorías del tipo de cambio
 - 8.15.2.1. La balanza de pagos
 - 8.15.2.2. Teorías del tipo de cambio

Asignatura 9**Teoría del periodismo****9.1. Definición y tipos de periódicos**

- 9.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
- 9.1.2. Conceptos clave: comunicación, información y periodismo
- 9.1.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad
- 9.1.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación
- 9.1.5. Definición y características del diario
- 9.1.6. Historia
- 9.1.7. Temáticas
- 9.1.8. Precio de venta
- 9.1.9. Formato
- 9.1.10. Los contenidos del diario
- 9.1.11. Secciones

9.2. Principales herramientas periodísticas

- 9.2.1. Introducción
- 9.2.2. Principales herramientas periodísticas
- 9.2.3. Criterios de selección
- 9.2.4. ¿Qué son?
- 9.2.5. Clasificaciones
- 9.2.6. Relación con la actualidad

9.3. Elementos del periódico

- 9.3.1. Introducción
- 9.3.2. Elementos del periódico
- 9.3.3. Diferentes elementos

9.4. El periodista y sus capacidades o habilidades periodísticas

- 9.4.1. Introducción
- 9.4.2. El periodista y sus habilidades o capacidades periodísticas
- 9.4.3. Debate sobre la profesión periodísticas
- 9.4.4. Actitudes
- 9.4.5. Actitudes prácticas
- 9.4.6. Actitudes intelectuales y morales

9.5. La organización de un periódico

- 9.5.1. Introducción
- 9.5.2. Dos estructuras en una: la empresa y la redacción
- 9.5.3. Principios editoriales
- 9.5.4. Estatutos de redacción
- 9.5.5. Roles en la redacción
- 9.5.6. Epílogo: de la versión digital a la edición digital

9.6. El trabajo periodístico

- 9.6.1. Introducción
- 9.6.2. El trabajo periodístico
- 9.6.3. Qué es y cómo se organiza una redacción
- 9.6.4. A diario
- 9.6.5. La planificación a largo plazo
- 9.6.6. Trabajo individual y colectivo
- 9.6.7. Trabajos individuales
- 9.6.8. Trabajos colectivos
- 9.6.9. Libros de estilo

9.7. Deontología periodística

- 9.7.1. Introducción
- 9.7.2. Origen y evolución histórica
- 9.7.3. El Informe Hutchins
- 9.7.4. El Informe McBride
- 9.7.5. Una forma de regular la profesión
- 9.7.6. Funciones de la autorregulación
- 9.7.7. Códigos deontológicos

9.8. Tipos de periodismo

- 9.8.1. Introducción
- 9.8.2. Periodismo de investigación
- 9.8.3. Cualidades del periodista de investigación
- 9.8.4. Esquema Williams
- 9.8.5. Técnicas de investigación-innovación
- 9.8.6. Periodismo de precisión
- 9.8.7. Especializaciones del periodismo de precisión
- 9.8.8. Periodismo de servicio
- 9.8.9. Características temáticas
- 9.8.10. La especialización periodística
- 9.8.11. Desarrollo de la información especializada

9.9. Periodismo y retórica

- 9.9.1. Introducción
- 9.9.2. Separación información-opinión
- 9.9.3. Las teorías de los géneros periodísticos
- 9.9.4. Aportaciones de la retórica
- 9.9.5. La elocución

9.10. El periodismo como actor político

- 9.10.1. Introducción
- 9.10.2. El periódico según los teóricos
- 9.10.3. El periódico, actor de conflicto
- 9.10.4. El periódico como comunicación
- 9.10.5. El periódico en los niveles extra, ínter, intra
- 9.10.6. El periódico como pacificador
- 9.10.7. Mecanismo de alarma
- 9.10.8. Creador de atmósferas, movilizador para la paz
- 9.10.9. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas

- 9.10.10. El periódico como institución misionera
- 9.10.11. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio
- 9.10.12. El periódico como narrador y participante de conflictos

9.11. El periodismo como actor social

- 9.11.1. Introducción
- 9.11.2. El periódico como intérprete y mediador
- 9.11.3. El periódico como miembro del sistema político y como sistema parapolítico
- 9.11.4. El periódico como informador y pseudocomunicador político
- 9.11.5. El periódico como destinatario de las políticas comunicativas de otros actores sociales

Asignatura 10**Comunicación visual****10.1. La comunicación visual**

- 10.1.1. Introducción
- 10.1.2. Comunicación visual y alfabetización visual
 - 10.1.2.1. El aprendizaje de la cultura visual
 - 10.1.2.2. Lenguaje natural o lenguaje arbitrario
- 10.1.3. Cualidades de la Comunicación Visual
 - 10.1.3.1. Inmediatez
 - 10.1.3.2. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
 - 10.1.3.3. Grado de complejidad del mensaje
- 10.1.4. Definición de la Comunicación Visual

10.2. El diseño gráfico

- 10.2.1. Introducción
- 10.2.2. El diseño
- 10.2.3. El diseño gráfico
 - 10.2.3.1. El grafismo
 - 10.2.3.2. Diseño y arte
- 10.2.4. Diseño gráfico y comunicación
- 10.2.5. Ámbitos de aplicación del diseño gráfico

10.3. Antecedentes y evolución de la comunicación visual

- 10.3.1. Introducción
- 10.3.2. El problema del origen
- 10.3.3. La Prehistoria
- 10.3.4. La Edad Antigua
 - 10.3.4.1. Grecia
 - 10.3.4.2. Roma
- 10.3.5. La Edad Media
- 10.3.6. El Renacimiento: surgimiento de la imprenta en Europa
- 10.3.7. Del siglo XVI al XVIII
- 10.3.8. El siglo XIX y la primera mitad del siglo XX

10.4. El significado de los mensajes visuales

- 10.4.1. Introducción
- 10.4.2. La imagen, objeto significativo
- 10.4.3. La cualidad representacional de la imagen: la iconicidad
 - 10.4.3.1. Tipo, patrón y forma
- 10.4.4. La cualidad plástica de la imagen
 - 10.4.4.1. El signo plástico
- 10.4.5. La cualidad simbólica
- 10.4.6. Otros códigos visuales

10.5. La persuasión

- 10.5.1. Introducción
- 10.5.2. La persuasión de la publicidad
- 10.5.3. Características

10.6. Elementos relativos a la representación de la imagen

- 10.6.1. Introducción
- 10.6.2. Elementos relativos a la representación de la imagen
- 10.6.3. La articulación de la representación de la imagen
 - 10.6.3.1. El concepto de la representación
 - 10.6.3.2. La articulación de la representación
 - 10.6.3.3. La significación plástica
- 10.6.4. Elementos morfológicos de la imagen
- 10.6.5. Elementos escalares de la imagen
 - 10.6.5.1. El tamaño
 - 10.6.5.2. La escala
 - 10.6.5.3. La proporción
 - 10.6.5.4. El formato

10.7. La composición

- 10.7.1. Introducción
- 10.7.2. La composición o sintaxis visual
- 10.7.3. El equilibrio
- 10.7.4. Elementos dinámicos de la representación
- 10.7.5. La composición normativa

10.8. El color y la luz

- 10.8.1. Introducción
- 10.8.2. Luz, color y percepción
 - 10.8.2.1. La luz y el espectro cromático visible
 - 10.8.2.2. La percepción de la luz y los colores
 - 10.8.2.3. La capacidad de adaptación del sistema perceptivo
 - 10.8.2.4. La temperatura de color de una fuente de luz
- 10.8.3. Los colores primarios
- 10.8.4. Técnicas básicas de reproducción del color

- 10.8.5. Dimensiones del color
- 10.8.6. Tipos de armonía y construcción de paletas
- 10.8.7. Funciones plásticas del color

10.9. La Tipografía

- 10.9.1. Introducción
- 10.9.2. Estructura formal y medición de los tipos
- 10.9.3. Clasificación de tipos de letra
- 10.9.4. La composición del texto
- 10.9.5. Cuestiones que afectan a la legibilidad

10.10. El diseño editorial y la infografía

- 10.10.1. Introducción
- 10.10.2. Diseño editorial
- 10.10.3. Infografía
- 10.10.4. Funciones del diseño periodístico
- 10.10.5. Acotación final del término diseño periodístico
- 10.10.6. Arbitrariedad o naturalidad del diseño periodístico
- 10.10.7. Articulación del lenguaje visual del diseño periodístico

Asignatura 11

Análisis de la imagen audiovisual

11.1. Fundamentos teóricos y metodología de análisis

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

11.2. El análisis fílmico: instrumental y métodos I

- 11.2.1. La propuesta de Jaques y Michel Marie Aumont
- 11.2.2. La propuesta de Francesco Casetti y Federico di Chio

11.3. El análisis fílmico: instrumental y métodos II

- 11.3.1. El análisis fílmico según David Bordwell

11.4. El enfoque histórico del análisis cinematográfico

- 11.4.1. Los enfoques tradicionales
- 11.4.2. La propuesta de Robert Allen y David Gomery

11.5. El análisis de la imagen cinematográfica

- 11.5.1. La verosimilitud espacial y la planificación con fines dramáticos y psicológicos del modelo clásico
- 11.5.2. Los procesos de identificación
- 11.5.3. La aproximación estética

11.6. Aproximación cultural al análisis de la imagen fílmica

- 11.6.1. Análisis fílmico y cultura popular
- 11.6.2. Aproximaciones culturales al análisis fílmico

11.7. El análisis de la imagen televisiva

- 11.7.1. Principales métodos y técnicas de investigación para abordar el análisis televisivo
- 11.7.2. Estudio de casos

11.8. El enfoque histórico del análisis televisivo

- 11.8.1. El análisis televisivo desde una perspectiva histórica
- 11.8.2. Estudios de caso

11.9. Análisis de informativos audiovisuales

- 11.9.1. Análisis de los productos audiovisuales informativos
- 11.9.2. Estudio de casos

11.10. Análisis de la imagen publicitaria

- 11.10.1. Análisis de los productos audiovisuales persuasivos
- 11.10.2. Análisis del videoclip

Asignatura 12

Introducción a la psicología de la comunicación

12.1. Historia de la Psicología

- 12.1.1. Introducción
- 12.1.2. Comenzamos con el estudio de la psicología
- 12.1.3. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
- 12.1.4. Paradigmas y etapas en la psicología
- 12.1.5. La ciencia cognitiva

12.2. Psicología social

- 12.2.1. Introducción
- 12.2.2. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
- 12.2.3. Empatía, altruismo y conducta de ayuda

12.3. Cognición social

- 12.3.1. Introducción
- 12.3.2. Pensar y conocer, necesidades vitales
- 12.3.3. La cognición social
- 12.3.4. Organizando la información
- 12.3.5. El pensamiento: prototípico o categorial
- 12.3.6. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
- 12.3.7. El procesamiento automático de la información

12.4. Psicología de la personalidad

- 12.4.1. Introducción
- 12.4.2. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
- 12.4.3. La autoconciencia
- 12.4.4. La autoestima
- 12.4.5. El autoconocimiento
- 12.4.6. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
- 12.4.7. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
- 12.4.8. Una nueva perspectiva en el estudio de la personalidad. La personalidad narrativa

12.5. Las emociones

- 12.5.1. Introducción
- 12.5.2. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
- 12.5.3. La naturaleza de las emociones
- 12.5.4. La emoción como preparación para la acción
- 12.5.5. Emociones y personalidad
- 12.5.6. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales

12.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes

- 12.6.1. Introducción
- 12.6.2. Las actitudes
- 12.6.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
- 12.6.4. El modelo de probabilidad de elaboración
- 12.6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
- 12.6.6. Una perspectiva histórica

12.7. El emisor

- 12.7.1. Introducción
- 12.7.2. La fuente de la comunicación persuasiva
- 12.7.3. Características de la fuente. La credibilidad
- 12.7.4. Características de la fuente. El atractivo
- 12.7.5. Características del emisor. El poder
- 12.7.6. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
- 12.7.7. Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria

12.8. El mensaje

- 12.8.1. Introducción
- 12.8.2. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
- 12.8.3. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
- 12.8.4. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo

12.9. El receptor

- 12.9.1. Introducción
- 12.9.2. El papel del receptor según el Modelo de Probabilidad de Elaboración
- 12.9.3. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
- 12.9.4. Necesidad de estima y comunicación

12.10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación

- 12.10.1. Introducción
- 12.10.2. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
- 12.10.3. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
- 12.10.4. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
- 12.10.5. Las teorías de sistemas de procesamiento duales
- 12.10.6. Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales

Asignatura 13

Historia social y política contemporánea

13.1. La crisis del antiguo régimen

- 13.1.1. Introducción
- 13.1.2. La crisis del antiguo régimen
- 13.1.3. La ilustración
- 13.1.4. La independencia de las trece colonias inglesas de Norteamérica
- 13.1.5. La Revolución Francesa
- 13.1.6. La Europa napoleónica

13.2. La revolución industrial y el movimiento obrero

- 13.2.1. Introducción
- 13.2.2. Concepto de Revolución Industrial
- 13.2.3. Principales características
- 13.2.4. Fases
- 13.2.5. La Revolución Industrial en Gran Bretaña
- 13.2.6. Transformaciones económicas
- 13.2.7. La Revolución Agraria
- 13.2.8. La Revolución Democrática
- 13.2.9. Transformaciones tecnológicas y sociales

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

- 13.3.1. Introducción
- 13.3.2. El nuevo mapa europeo
- 13.3.3. La Europa de los Congresos
- 13.3.4. La Francia de Luis XVIII
- 13.3.5. Las oleadas revolucionarias de 1820, 1830 y 1848
- 13.3.6. Los procesos de unificación nacional decimonónicos: Italia y Alemania
- 13.3.7. El sufragismo femenino
- 13.3.8. España (1814-1874): monarquía, república y antecedentes de la Restauración

13.4. La época del imperialismo y la Paz Armada (1870-1914)

- 13.4.1. Introducción
- 13.4.2. El imperialismo
- 13.4.3. La colonización de Asia y África
- 13.4.4. La cuestión de Oriente
- 13.4.5. La caída de Bismarck y la reorientación diplomática
- 13.4.6. El camino hacia la guerra (1905-1914)
- 13.4.7. La bella época

13.5. Historia de América Latina

- 13.5.1. Introducción
- 13.5.2. El período precolombino
- 13.5.3. Época colonial
- 13.5.4. Viajando al nuevo mundo

13.6. Revoluciones del siglo XIX: La era poscolonial

- 13.6.1. Introducción
- 13.6.2. Revoluciones del siglo XIX
- 13.6.3. Fin de las colonias
- 13.6.4. Siglo XX

13.7. La I Guerra Mundial

- 13.7.1. Introducción
- 13.7.2. Antecedentes
- 13.7.3. El desarrollo de la Gran Guerra
- 13.7.4. El estallido del conflicto
- 13.7.5. Bandos
- 13.7.6. Fases
- 13.7.7. La organización de la Paz

13.8. La Revolución rusa y el ascenso de los regímenes totalitarios en el periodo de entreguerras

- 13.8.1. Introducción
- 13.8.2. La Revolución rusa
- 13.8.3. El comunismo
- 13.8.4. La crisis de 1929
- 13.8.5. Causas del ascenso de los fascismos
- 13.8.6. El fascismo italiano
- 13.8.7. El nazismo alemán

13.9. La II Guerra Mundial y sus consecuencias

- 13.9.1. Introducción
- 13.9.2. Causas de la II Guerra Mundial
- 13.9.3. Características del conflicto
- 13.9.4. Fases
- 13.9.5. Consecuencias de la II Guerra Mundial
- 13.9.6. La organización de la paz

13.10. La Guerra Fría

- 13.10.1. Introducción
- 13.10.2. Segunda Guerra Mundial y la posguerra (1939-1947)
- 13.10.3. Las conferencias
- 13.10.4. El telón de acero
- 13.10.5. Europa
- 13.10.6. Asia
- 13.10.7. La carrera al abismo: del aumento de las tensiones a la crisis de Cuba (1953-1962)

- 13.10.8. Las d tente (1962-1979)
- 13.10.9. «segunda Guerra Fría»: Reagan, Gorbachov y el final de la Guerra Fría (1979-1989)
- 13.10.10. La ca da del muro y la disolución de la Unión Soviética (1989-1991)
- 13.10.11. La Guerra Fría en América Latina

Asignatura 14

Comunicación institucional

14.1. La dirección de comunicación

- 14.1.1. Introducción
- 14.1.2. Historia de la comunicación institucional
- 14.1.3. Principales características de la comunicación institucional
- 14.1.4. La dirección de comunicación
- 14.1.5. Guía para el análisis de la estructura de la comunicación

14.2.  tica, cultura y valores

- 14.2.1. Introducción
- 14.2.2.  tica en la comunicación institucional
- 14.2.3. Cultura en la comunicación institucional
- 14.2.4. Valores en la comunicación institucional

14.3. Identidad e imagen corporativa

- 14.3.1. Introducción
- 14.3.2. Imagen de marca
- 14.3.3. Identidad
- 14.3.4. Errores en la imagen corporativa

14.4. Publicidad y comunicación

- 14.4.1. Introducción
- 14.4.2. Industria publicitaria
- 14.4.3. La importancia de la comunicación

14.5. Comunicación digital

- 14.5.1. Introducción
- 14.5.2. El papel de la comunicación digital
- 14.5.3. Ventajas de la comunicación digital

14.6. gestión de eventos

- 14.6.1. Introducción
- 14.6.2. Defini n
- 14.6.3. gestión de eventos

14.7. Patrocinio y mecenazgo

- 14.7.1. Introducción
- 14.7.2. El patrocinio
- 14.7.3. El mecenazgo

14.8. Grupos de presión

- 14.8.1. Introducción
- 14.8.2. Defini n
- 14.8.3. Los grupos de presión en comunicación

14.9. Comunicación interna

- 14.9.1. Introducción
- 14.9.2. Defini n
- 14.9.3. Características de la comunicación interna

14.10. Crisis

- 14.10.1. Introducción
- 14.10.2. Crisis de la comunicación institucional
- 14.10.3. Nuevos retos de la comunicación institucional

14.11. Comunicación financiera

- 14.11.1. Introducción
- 14.11.2. La comunicación financiera
- 14.11.3. La importancia de la comunicación financiera

14.12. Protocolo empresarial

- 14.12.1. Introducción
- 14.12.2. Defini n
- 14.12.3. Protocolo empresarial

Asignatura 15**Literatura y creación literaria****15.1. Los géneros literarios**

- 15.1.1. Introducción
- 15.1.2. Definición de género literario
- 15.1.3. Definición histórica de los géneros literarios
- 15.1.4. Delimitación de los géneros literarios: poesía, narrativa, teatro y ensayo
- 15.1.5. Elegir el género

15.2. El proceso de creación y la ficción: de la idea inicial al texto narrativo

- 15.2.1. Introducción
- 15.2.2. Primeros pasos en el proceso de creación
- 15.2.3. De la idea inicial a la ficción
- 15.2.4. De la ficción al texto narrativo
- 15.2.5. El texto narrativo como acto de comunicación
- 15.2.6. Cómo idear una ficción

15.3. El autor y el estilo literario

- 15.3.1. Introducción
- 15.3.2. El escritor frente al autor
- 15.3.3. El estilo literario del autor
- 15.3.4. La influencia. Intertextualidad
- 15.3.5. Cómo elegir el estilo

15.4. El plano del discurso: el narrador, el narratario y la estructura

- 15.4.1. Introducción
- 15.4.2. El narrador y el punto de vista
- 15.4.3. El autor frente al narrador
- 15.4.4. El narratario
- 15.4.5. La estructura narrativa
- 15.4.6. Cómo construir el discurso

15.5. El plano de la historia: los personajes, el tiempo y el espacio

- 15.5.1. Introducción
- 15.5.2. El personaje
- 15.5.3. La voz del personaje. Las relaciones enunciativas
- 15.5.4. El tiempo narrativo
- 15.5.5. El espacio narrativo
- 15.5.6. Cómo crear la historia

15.6. El siglo XIX: la novela realista y naturalista

- 15.6.1. Introducción
- 15.6.2. El siglo XIX en Europa: breve panorama general
- 15.6.3. La cultura en el siglo XIX
- 15.6.4. La novela realista en Europa (mediados de siglo)
- 15.6.5. Algunos autores realistas: Flaubert, Dostoievski y Tolstói
- 15.6.6. La novela naturalista (último tercio de siglo)

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

- 15.7.1. Introducción
- 15.7.2. Del XIX al XX: la crisis fin de siglo
- 15.7.3. París a principios de siglo: la narrativa de Marcel Proust (1871-1922)
- 15.7.4. Praga a principios de siglo: la narrativa de Franz Kafka (1883-1924)
- 15.7.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Real Madrid

15.8. El Experimentalismo inglés: J. Joyce y V. Woolf. Años 10-20

- 15.8.1. Introducción
- 15.8.2. La renovación de la literatura en lengua inglesa desde principios del siglo XX
- 15.8.3. Virginia Woolf (1882-1941) y el Grupo Bloomsbury
- 15.8.4. La narrativa de James Joyce (1882-1941)

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

- 15.9.1. Introducción
- 15.9.2. Los felices años 20 en París: Getrude Stein y la Generación Perdida
- 15.9.3. Años 30: hacia el compromiso en la literatura
- 15.9.4. Años 40: el Existencialismo

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

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

Asignatura 16**Teoría de la publicidad****16.1. Fundamentos de la publicidad**

- 16.1.1. Introducción
- 16.1.2. Nociones básicas sobre la publicidad y mercadotecnia
- 16.1.3. La Mercadotecnia
- 16.1.4. La publicidad
- 16.1.5. Publicidad, relaciones públicas y propaganda
- 16.1.6. Dimensiones y alcance social de la publicidad contemporánea
- 16.1.7. La publicidad de éxito: KFC

16.2. Historia de la publicidad

- 16.2.1. Introducción
- 16.2.2. Origen
- 16.2.3. La Revolución Industrial y la publicidad
- 16.2.4. El desarrollo de la industria publicitaria
- 16.2.5. La publicidad en el mundo Internet
- 16.2.6. Publicidad de éxito: estudio del caso Coca – Cola

16.3. La publicidad y sus protagonistas I: El anunciante

- 16.3.1. Introducción
- 16.3.2. El funcionamiento de la industria publicitaria
- 16.3.3. Tipos de anunciantes
- 16.3.4. La publicidad en el organigrama de la empresa
- 16.3.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Facebook

16.4. La publicidad y sus protagonistas II: Las agencias de publicidad

- 16.4.1. Introducción
- 16.4.2. La agencia de publicidad: profesionales de la comunicación publicitaria
- 16.4.3. La estructura organizativa de las agencias de publicidad
- 16.4.4. Tipos de agencias de publicidad
- 16.4.5. La gestión de honorarios en las agencias de publicidad
- 16.4.6. Publicidad de éxito: Nike

16.5. La publicidad y sus protagonistas III: El receptor publicitario

- 16.5.1. Introducción
- 16.5.2. El receptor publicitario y su contexto
- 16.5.3. El receptor publicitario como consumidor
- 16.5.4. Necesidades y deseos en la publicidad
- 16.5.5. Publicidad y memoria: sobre la eficacia publicitaria
- 16.5.6. Publicidad de éxito: estudio del caso Ikea

16.6. El proceso de creación publicitaria I: Del anunciante a los medios

- 16.6.1. Introducción
- 16.6.2. Aspectos preliminares sobre el proceso de creación publicitaria
- 16.6.3. El informe de publicidad o informe de comunicación
- 16.6.4. La estrategia creativa
- 16.6.5. Estrategia de medios
- 16.6.6. Publicidad de éxito: Apple

16.7. El proceso de creación publicitaria II: Creatividad y publicidad

- 16.7.1. Introducción
- 16.7.2. Fundamentos del trabajo creativo de los publicitarios
- 16.7.3. La creatividad publicitaria y su estatuto comunicativo
- 16.7.4. La labor creativa en publicidad
- 16.7.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Real Madrid

16.8. El proceso de creación publicitaria III: Ideación y desarrollo del manifiesto publicitario

- 16.8.1. Introducción
- 16.8.2. La concepción creativa y la estrategia
- 16.8.3. El proceso de la concepción creativa
- 16.8.4. Los diez caminos básicos de la creatividad según Lluís Bassat: los géneros publicitarios
- 16.8.5. Los formatos publicitarios
- 16.8.6. Publicidad de éxito: McDonalds

16.9. Planificación de medios publicitarios

- 16.9.1. Introducción
- 16.9.2. Los medios y la planificación
- 16.9.3. Los medios publicitarios y su clasificación
- 16.9.4. Herramientas para la planificación de medios
- 16.9.5. Publicidad de éxito: Pepsi

16.10. Publicidad, sociedad y cultura

- 16.10.1. Introducción
- 16.10.2. La relación entre publicidad y sociedad
- 16.10.3. Publicidad y emociones
- 16.10.4. Publicidad, sujetos y cosas
- 16.10.5. Publicidad de éxito: Burger King

Asignatura 17

Comunicación radiofónica

17.1. Historia de la radiodifusión

- 17.1.1. Introducción
- 17.1.2. Orígenes
- 17.1.3. Orson Welles y La guerra de los mundos
- 17.1.4. La radio en el mundo
- 17.1.5. La nueva radio

17.2. Panorama actual de la radio en Latinoamérica

- 17.2.1. Introducción
- 17.2.2. Historia de la radio en Latinoamérica
- 17.2.3. Actualidad

17.3. El lenguaje radiofónico

- 17.3.1. Introducción
- 17.3.2. Características de la comunicación radiofónica
- 17.3.3. Elementos que configuran el lenguaje radiofónico
- 17.3.4. Características de la construcción de textos radiofónicos
- 17.3.5. Características de la redacción de textos radiofónicos
- 17.3.6. Glosario de los términos utilizados en el lenguaje radiofónico

17.4. El guion para radio. Creatividad y expresión

- 17.4.1. Introducción
- 17.4.2. El guion radiofónico
- 17.4.3. Principios básicos en la elaboración de un guion

17.5. Producción, realización y locución en radiodifusión

- 17.5.1. Introducción
- 17.5.2. Producción y realización
- 17.5.3. Locución radiofónica
- 17.5.4. Peculiaridades de la locución radiofónica
- 17.5.5. Ejercicios prácticos de respiración y locución

17.6. La improvisación en radiodifusión

- 17.6.1. Introducción
- 17.6.2. Peculiaridades del medio radiofónico
- 17.6.3. ¿Qué es la improvisación?
- 17.6.4. ¿Cómo se lleva a cabo la improvisación?
- 17.6.5. La información deportiva en radio. Características y lenguaje
- 17.6.6. Recomendaciones léxicas

17.7. Los géneros radiofónicos

- 17.7.1. Introducción
- 17.7.2. Los géneros radiofónicos
- 17.7.3. La noticia
- 17.7.4. La crónica
- 17.7.5. El reportaje
- 17.7.6. La entrevista
- 17.7.7. La mesa redonda y el debate

17.8. La investigación de audiencias en radio

- 17.8.1. Introducción
- 17.8.2. Investigación en radio e inversión publicitaria
- 17.8.3. Principales métodos de investigación
- 17.8.4. Estudio General de Medios
- 17.8.5. Resumen del Estudio General de Medios
- 17.8.6. Radio tradicional versus radio en línea

17.9. El sonido digital

- 17.9.1. Introducción
- 17.9.2. Conceptos básicos acerca del sonido digital
- 17.9.3. Historia de la grabación de sonido
- 17.9.4. Principales formatos de sonido digital
- 17.9.5. Edición de sonido digital. Audacity

17.10. El nuevo radiofonista

- 17.10.1. Introducción
- 17.10.2. El nuevo radiofonista
- 17.10.3. La organización formal de las emisoras
- 17.10.4. La tarea del redactor
- 17.10.5. La reunión de contenidos
- 17.10.6. ¿Inmediatez o calidad?

Asignatura 18**Periodismo cultural****18.1. La red de la comunicación digital**

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

18.2. El arte de contar las historias

- 18.2.1. La perspectiva de la narratología y el arte de contar historias
- 18.2.2. Autoconocimiento, motivación y metas personales en el ejercicio del periodismo cultural
- 18.2.3. La creatividad y el punto de vista del relato periodístico

- 18.2.4. El rigor informativo en la información cultural
- 18.2.5. La identidad y el estilo marca personal

18.3. Documentación periodística

- 18.3.1. Guías esenciales de documentación periodística cultural
 - 18.3.1.1. Documentación histórica
 - 18.3.1.2. Documentación actual
 - 18.3.1.3. La rabiosa actualidad

18.4. Tendencias actuales de la comunicación aplicadas al periodismo cultural

- 18.4.1. La filosofía 3.0 de la comunicación
- 18.4.2. La web 3.0: definiciones y características
- 18.4.3. El periodismo cultural en la web 3.0
- 18.4.4. Características de la redacción periodística a partir de la convergencia

18.5. Las redes sociales y el periodismo

- 18.5.1. Gestión de medios y redes sociales
 - 18.5.1.1. Facebook
 - 18.5.1.2. Twitter
 - 18.5.1.3. Instagram
 - 18.5.1.4. LinkedIn
 - 18.5.1.5. Otras redes
- 18.5.2. Contenidos periodísticos interactivos
 - 18.5.2.1. El rol del profesional del periodismo
 - 18.5.2.2. Informar o entretener
 - 18.5.2.3. Más medios digitales
 - 18.5.2.4. Contenidos de periodismo interactivo
- 18.5.3. Los paradigmas de la comunicación
 - 18.5.3.1. La audiencia y el usuario
 - 18.5.3.2. El medio y el contenido
 - 18.5.3.3. El soporte
 - 18.5.3.4. El tiempo
 - 18.5.3.5. La desinformación

18.6. La visibilidad de la información sobre cultura en la red

- 18.6.1. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados
 - 18.6.1.1. Posicionamiento en buscadores (SEO)
 - 18.6.1.2. Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)
 - 18.6.1.3. Optimización de redes sociales (SMO)
 - 18.6.1.4. Mercadotecnia de medios sociales (SMM)
 - 18.6.1.5. Gestión de reputación en buscadores (SERM)

Asignatura 19**Narrativa audiovisual****19.1. La narrativa audiovisual**

- 19.1.1. Introducción
- 19.1.2. Conceptos fundamentales de la narrativa audiovisual
- 19.1.3. Una aproximación metodológica
- 19.1.4. Particularidades del discurso audiovisual
- 19.1.5. El lenguaje audiovisual
- 19.1.6. La imagen
- 19.1.7. El sonido

19.2. El discurso y las estancias enunciatoras

- 19.2.1. Introducción
- 19.2.2. Las funciones del relato
- 19.2.3. La construcción del texto narrativo
- 19.2.4. Las instancias enunciatoras
- 19.2.5. Tipologías de narradores
- 19.2.6. La focalización
- 19.2.7. El narratario

19.3. La historia y los ejes de la narración

- 19.3.1. Introducción
- 19.3.2. La historia
- 19.3.3. La acción narrativa
- 19.3.4. El tiempo
- 19.3.5. El espacio
- 19.3.6. El sonido

19.4. La construcción del discurso audiovisual: el guion

- 19.4.1. Introducción
- 19.4.2. El guion
- 19.4.3. La idea
- 19.4.4. Los géneros
- 19.4.5. El cine fantástico y de terror
- 19.4.6. El cine bélico
- 19.4.7. La comedia
- 19.4.8. El musical
- 19.4.9. El documental
- 19.4.10. Los personajes y el diálogo
- 19.4.11. El guion literario vs el guion técnico

19.5. Teoría y análisis del montaje fílmico

- 19.5.1. Introducción
- 19.5.2. Definición del montaje
- 19.5.3. Las unidades básicas de la narrativa fílmica
- 19.5.4. Primeras aproximaciones teóricas
- 19.5.5. Tipos de montaje
- 19.5.6. El montaje invisible: la continuidad cinematográfica (raccord). Glosario sobre el montaje

19.6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la posmodernidad

- 19.6.1. Introducción
- 19.6.2. Los orígenes del cine
- 19.6.3. El cine de los orígenes: la articulación espacio-temporal
- 19.6.4. Las vanguardias y el cine
- 19.6.5. El cine de Hollywood
- 19.6.6. El cine de arte y el ensayo
- 19.6.7. El cine contemporáneo

19.7. El cine informático: de los noticiarios al documental

- 19.7.1. Introducción
- 19.7.2. El cine informativo
- 19.7.3. Los noticiarios cinematográficos
- 19.7.4. El documental
- 19.7.5. El cine informativo de ficción
- 19.7.6. El valor de los informativos como fuente histórica

19.8. El discurso televisivo: información y entretenimiento

- 19.8.1. Introducción
- 19.8.2. El discurso televisivo
- 19.8.3. Narratología de la información audiovisual
- 19.8.4. Los géneros de la información audiovisual
- 19.8.5. El infoentretenimiento
- 19.8.6. Los programas de entretenimiento
- 19.8.7. El relato televisivo de ficción

19.9. El discurso publicitario audiovisual: anuncio, tráiler y videoclip

- 19.9.1. Introducción
- 19.9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
- 19.9.3. Anuncio
- 19.9.4. Tráiler
- 19.9.5. Videoclip

19.10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital

- 19.10.1. Introducción
- 19.10.2. El paradigma digital
- 19.10.3. Los nuevos medios del siglo XXI
- 19.10.4. Nuevas prácticas mediáticas
- 19.10.5. La condición postmedia

Asignatura 20

Cultura audiovisual

20.1. La Posmodernidad en el ámbito audiovisual

- 20.1.1. ¿Qué es la posmodernidad?
- 20.1.2. La cultura de masas en la era posmoderna
- 20.1.3. La irrupción de los discursos argumentativos
- 20.1.4. La cultura del simulacro

20.2. Semiótica: los símbolos en la cultura audiovisual

- 20.2.1. ¿Qué es la semiótica?
- 20.2.2. ¿Semiótica o semiología?
- 20.2.3. Los códigos semióticos
- 20.2.4. Los motivos visuales

20.3. Aprender a mirar

- 20.3.1. Imagen y contexto
- 20.3.2. La mirada etnográfica
- 20.3.3. La fotografía como cruce de miradas
- 20.3.4. Antropología visual

20.4. La composición de la imagen

- 20.4.1. Puntualizaciones
- 20.4.2. El equilibrio dinámico
- 20.4.3. Peso y dirección visual
- 20.4.4. Reglas básicas

20.5. La estética en lo audiovisual

- 20.5.1. ¿Qué es la Estética?
- 20.5.2. Las categorías estéticas
- 20.5.3. Lo grotesco y lo abyecto
- 20.5.4. El arte de lo kitsch y lo camp

20.6. Nuevas y renovadas formas de lo audiovisual

- 20.6.1. El videoarte viral
- 20.6.2. La base de datos como práctica artística
- 20.6.3. El video mapping
- 20.6.4. Los Vj's

20.7. La intertextualidad como estrategia creativa

- 20.7.1. ¿Qué es la intertextualidad?
- 20.7.2. La cita
- 20.7.3. La alusión
- 20.7.4. El plagio
- 20.7.5. El apropiacionismo
- 20.7.6. La autorreferencialidad
- 20.7.7. La parodia

20.8. El diálogo entre las artes

- 20.8.1. La intermedialidad
- 20.8.2. La hibridación de las artes
- 20.8.3. El Clasicismo y la separación de las artes
- 20.8.4. El Romanticismo y la definitiva unión de las artes
- 20.8.5. El Arte Total en las vanguardias
- 20.8.6. Las narrativas transmedia

20.9. El nuevo cine

- 20.9.1. Las relaciones entre cine, cultura e historia
- 20.9.2. Una evolución tecnología (im)previsible
- 20.9.3. ¡El cine ha muerto!
- 20.9.4. El cine expandido

20.10. El auge del documental

- 20.10.1. El documental
- 20.10.2. Estrategias de la objetividad
- 20.10.3. El auge del falso documental
- 20.10.4. El metraje encontrado

Asignatura 21

Movimientos artísticos contemporáneos

21.1. Introducción

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

21.2. El Movimiento Moderno en arquitectura

- 21.2.1. Racionalismo, funcionalismo y vanguardia. Movimiento Moderno y Estilo Internacional
- 21.2.2. Las utopías del futurismo, expresionismo y constructivismo ruso
- 21.2.3. Arquitectura y totalitarismo

21.3. La arquitectura después de la II Guerra Mundial (1945-1965)

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

21.4. Arquitectura de la deconstrucción y el reciclaje (1965-actual)

- 21.4.1. La alta tecnología
- 21.4.2. La Deconstrucción en arquitectura
- 21.4.3. La era de la dispersión

21.5. El Impresionismo y los orígenes del arte moderno I

- 21.5.1. El Impresionismo: el color como herramienta de transformación de la pintura
- 21.5.2. Las vanguardias históricas: Postimpresionismo, Puntillismo, Neopresionismo, Fauvismo

21.6. El Impresionismo y los orígenes del arte moderno II

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

21.7. El nuevo sistema del arte tras la II Guerra Mundial. La institucionalización de la vanguardia

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

21.8. El Arte pop: gusto popular y Kistch vs. "alta cultura"

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

21.9. Arte minimal y conceptual

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

21.10. La posmodernidad. El retorno a la pintura: transvanguardia y neoexpresionismo

- 21.10.1. El retorno de la pintura: transvanguardia y neoexpresionismos
- 21.10.2. Arte y posestructuralismo
- 21.10.3. Las opciones comprometidas

Asignatura 22**Teoría y técnica de la realización****22.1. La Realización como construcción de la obra audiovisual. El equipo de trabajo**

- 22.1.1. Del guion literario al guion técnico o escaleta
- 22.1.2. El equipo de trabajo

22.2. Los elementos de la puesta en pantalla. Los materiales de la construcción

- 22.2.1. La preadaptación espacial. Dirección artística
- 22.2.2. Los elementos de la puesta en pantalla

22.3. La preproducción. Los documentos de la realización

- 22.3.1. El guion técnico
- 22.3.2. La planta escenográfica
- 22.3.3. El guion gráfico
- 22.3.4. Planificar
- 22.3.5. El plan de rodaje

22.4. El valor expresivo del sonido

- 22.4.1. Tipología de los elementos sonoros
- 22.4.2. Construcción del espacio sonoro

22.5. El valor expresivo de la luz

- 22.5.1. Valor expresivo de la luz
- 22.5.2. Técnicas de iluminación básicas

22.6. Técnicas básicas de rodaje monocámara

- 22.6.1. Usos y técnicas del rodaje monocámara
- 22.6.2. El subgénero del metraje encontrado. Cine de ficción y documental
- 22.6.3. La realización monocámara en televisión

22.7. El montaje

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

22.8. Postproducción y etalonaje

- 22.8.1. Postproducción
- 22.8.2. Concepto de montaje vertical
- 22.8.3. Etalonaje

22.9. Los formatos y el equipo de realización

- 22.9.1. Formatos multicámara
- 22.9.2. El estudio y el equipo

22.10. Claves, técnicas y rutinas en la realización multicámara

- 22.10.1. Técnicas multicámara
- 22.10.2. Algunos formatos habituales

Asignatura 23**Estructura del sistema audiovisual****23.1. Una introducción a las industrias culturales (I.C.)**

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

23.2. Industria cinematográfica I

- 23.2.1. Características y agentes principales
- 23.2.2. Estructura del sistema cinematográfico

23.3. Industria cinematográfica II

- 23.3.1. La industria cinematográfica estadounidense
- 23.3.2. Las productoras independientes
- 23.3.3. Problemas y debates en la industria cinematográfica

23.4. Industria cinematográfica III

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

23.5. Industria televisiva I

- 23.5.1. La televisión económica
- 23.5.2. Modelos fundadores
- 23.5.3. Transformaciones

23.6. Industria televisiva II

- 23.6.1. La industria televisiva norteamericana
- 23.6.2. Características principales
- 23.6.3. La regulación estatal

23.7. Industria televisiva III

- 23.7.1. La televisión de servicio público
- 23.7.2. Crisis y debates

23.8. Los ejes del cambio

- 23.8.1. Los nuevos procesos en el audiovisual
- 23.8.2. Debates regulatorios

23.9. Televisión Digital Terrestre (TDT)

- 23.9.1. Papel del Estado y experiencias
- 23.9.2. Las nuevas características del sistema televisivo

23.10. Nuevos operadores en el paisaje audiovisual

- 23.10.1. Plataformas de servicios de libre transmisión (OTT)
- 23.10.2. Consecuencias de su aparición

Asignatura 24

Postproducción digital

24.1. El archivo de vídeo digital

- 24.1.1. Introducción
- 24.1.2. La señal digital
- 24.1.3. Conceptos básicos
- 24.1.4. La imagen digital

24.2. La cámara de fotografía y vídeo I: captación de la imagen

- 24.2.1. Proceso de captación tradicional
- 24.2.2. La cámara

24.3. La cámara de fotografía y vídeo II: captación de la imagen

- 24.3.1. El funcionamiento de la cámara
- 24.3.2. La composición digital

24.4. Edición de vídeo: el montaje I

- 24.4.1. Procesos finales del cine
- 24.4.2. Tipos de montaje

24.5. Edición de vídeo: el montaje II

- 24.5.1. Las herramientas del montador
- 24.5.2. El trabajo del montador

24.6. Edición de vídeo: la postproducción

- 24.6.1. De la edición lineal a la no lineal
- 24.6.2. Programas de composición digital en postproducción

24.7. El sonido. Captación y edición de audio

- 24.7.1. Cualidades y conceptos básicos
- 24.7.2. La edición del sonido

24.8. Tecnologías del plató de televisión

- 24.8.1. Televisión digital
- 24.8.2. Tecnologías de la edición y postproducción en televisión

24.9. Postproducción para soportes interactivos

- 24.9.1. La obra multimedia interactiva
- 24.9.2. Puesta en marcha de un proyecto hipermedia

24.10. Nuevas tecnologías en la creación audiovisual

- 24.10.1. Nuevas tecnologías en la creación audiovisual
- 24.10.2. La distribución en el nuevo mundo de multidifusión

Asignatura 25

Producción audiovisual

25.1. La producción audiovisual

- 25.1.1. Conceptos de introducción
- 25.1.2. La industria audiovisual

25.2. El equipo de producción

- 25.2.1. Los profesionales
- 25.2.2. El productor y el guion

25.3. El proyecto audiovisual

- 25.3.1. La gestión de proyectos
- 25.3.2. Evaluación del proyecto
- 25.3.3. Presentación de proyectos

25.4. Modalidades de producción y financiación

- 25.4.1. Financiación de la producción audiovisual
- 25.4.2. Modos de producción audiovisual
- 25.4.3. Recursos para la financiación previa

25.5. El equipo de producción y el desglose del guion

- 25.5.1. El equipo de producción
- 25.5.2. El desglose del guion

25.6. Los espacios del rodaje

- 25.6.1. Las localizaciones
- 25.6.2. Los decorados

25.7. El reparto y los contratos del rodaje

- 25.7.1. El reparto o casting
- 25.7.2. La prueba de casting
- 25.7.3. Contratos, derechos y seguros

25.8. El plan de trabajo y el presupuesto de la obra audiovisual

- 25.8.1. El plan de trabajo
- 25.8.2. El presupuesto

25.9. La producción en el rodaje o grabación

- 25.9.1. La preparación del rodaje
- 25.9.2. El equipo y los medios del rodaje

25.10. La postproducción y el balance final de la obra audiovisual

- 25.10.1. El montaje y la postproducción
- 25.10.2. Balance final y explotación

Asignatura 26

Historia del cine y la televisión

26.1. Orígenes del cine

- 26.1.1. Exponer
 - 26.1.1.1. Lumière, 1895
 - 26.1.1.2. Méliès
- 26.1.2. Relatar
 - 26.1.2.1. Alice Guy
 - 26.1.2.2. Edwin S. Porter
- 26.1.3. Componer
 - 26.1.3.1. David W. Griffith
- 26.1.4. De la exposición del movimiento a la narración argumental

26.2. Industria cinematográfica

- 26.2.1. Irrupción del sonido
- 26.2.2. Guionistas y directores/as
- 26.2.3. ¿Mudo o sonoro?
 - 26.2.3.1. De 1929 a 1939
- 26.2.4. Hollywood
 - 26.2.4.1. Estilo clásico de 1940 a 1960
- 26.2.5. Años 60
 - 26.2.5.1. Tradición
 - 26.2.5.2. Nueva perspectiva
- 26.2.6. De los años 80 a la actualidad
 - 26.2.6.1. Consumo global
 - 26.2.6.2. Séptimo arte

26.3. Cine y propaganda durante la Segunda Guerra Mundial

- 26.3.1. Propaganda nazi
 - 26.3.1.1. Leni Riefensthal
 - 26.3.1.1.1. Estética del triunfo
- 26.3.2. Propaganda estadounidense
 - 26.3.2.1. Propaganda didáctica del ejército

- 26.3.3. Cine e Historia
 - 26.3.3.1. Cine histórico
 - 26.3.3.1.1. Documentales
 - 26.3.3.1.2. Ficción
 - 26.3.3.2. Historia en televisión
 - 26.3.3.2.1. Imágenes
 - 26.3.3.2.2. Palabras

26.4. Género documental I

- 26.4.1. Origen
 - 26.4.1.1. Documental etnográfico
 - 26.4.1.1.1. Flaherty
 - 26.4.1.2. Documental social
 - 26.4.1.2.1. Grierson
 - 26.4.1.2.2. Ivens
 - 26.4.1.3. Explorando el mundo
 - 26.4.1.3.1. Próximo
 - 26.4.1.3.2. Remoto
 - 26.4.1.4. Fundamentos
 - 26.4.1.4.1. Estéticos
 - 26.4.1.4.2. Éticos

26.5. Género documental II

- 26.5.1. Cine directo
 - 26.5.1.1. Innovación en el camino cinematográfico
 - 26.5.1.2. Narrando con la realidad
 - 26.5.1.2.1. Frederick Wiseman
 - 26.5.1.3. Auge del documental
 - 26.5.1.3.1. Años 70
 - 26.5.1.3.2. Nuevas estrategias narrativas
 - 26.5.1.3.2.1. Michael Moore
 - 26.5.1.3.3. Siglo XX
 - 26.5.1.3.4. Legado
 - 26.5.1.3.5. Avance

26.6. Televisión I

- 26.6.1. Guion
 - 26.6.1.1. Televisivo
 - 26.6.1.2. Plataformas de vídeo en transmisión
 - 26.6.1.3. Novelas visuales
 - 26.6.1.4. Término de la televisión tradicional
 - 26.6.1.5. Renovado auge de la televisión
 - 26.6.1.5.1. Norteamérica
 - 26.6.1.6. Series en el siglo XIX

26.7. Televisión II

- 26.7.1. Ficción estadounidense
 - 26.7.1.1. Etapa fundacional
 - 26.7.1.1.1. Single Play
 - 26.7.1.1.2. Western
 - 26.7.1.1.3. Acción

26.8. Televisión III

- 26.8.1. Ficción estadounidense
 - 26.8.1.1. Evolución de géneros
 - 26.8.1.1.1. Policiaco
 - 26.8.1.1.2. Ciencia ficción
 - 26.8.1.1.3. Comedia
 - 26.8.1.1.4. Drama profesional
- 26.8.2. Ficción estadounidense
 - 26.8.2.1. Evolución y auge
 - 26.8.2.1.1. Mini-series
 - 26.8.2.1.2. Infantil y juvenil
 - 26.8.2.1.3. Animación adulta
 - 26.8.2.1.4. Telenovelas
- 26.8.3. Ficción latinoamericana
 - 26.8.3.1. Predominio de las telenovelas

26.9. Narrativas en el cine actual

- 26.9.1. Narrativas modulares
 - 26.9.1.1. Anacrónicas
 - 26.9.1.2. Entrecruzadas
 - 26.9.1.3. Gamificación

Asignatura 27

Cine norteamericano y cine europeo

27.1. Los orígenes del cine. Primeros movimientos cinematográficos

- 27.1.1. El grupo de los pioneros
- 27.1.2. El cine de Georges Mélié
- 27.1.3. La Escuela de Brighton
- 27.1.4. Film d'Art
- 27.1.5. Movimiento Kolosal

27.2. La articulación del lenguaje cinematográfico. El esplendor del cine mudo

- 27.2.1. Hacia un lenguaje cinematográfico: David W. Griffith
- 27.2.2. Cine expresionista alemán
- 27.2.3. El cine revolucionario soviético

27.3. Cine clásico de Hollywood I

- 27.3.1. El sistema de estudios
- 27.3.2. Las estrellas de Hollywood
- 27.3.3. Hollywood: fábrica de géneros
- 27.3.4. La teoría de los géneros cinematográficos

27.4. Cine clásico de Hollywood II

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

27.5. Cine clásico de Hollywood III

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

27.6. El cine europeo tras la II Guerra mundial

- 27.6.1. La crisis del modelo clásico: contexto histórico. El Neorrealismo
- 27.6.2. Los nuevos cines: Nouvelle vague
- 27.6.3. Los nuevos cines: el Free Cinema

27.7. Vanguardias clásicas y modernas

- 27.7.1. El cine experimental
- 27.7.2. Expresionismo, dadaísmo, surrealismo
- 27.7.3. Casos de estudio

27.8. Pervivencia y ocaso de los clásicos. El Nuevo Hollywood

- 27.8.1. Aportaciones europeas al cine americano
- 27.8.2. Autores y películas

27.9. Otros cines de la era contemporánea

- 27.9.1. Cine social británico
- 27.9.2. Movimiento Dogma
- 27.9.3. Cine de autor

27.10. Tecnología y estética: el cine en la era del audiovisual

- 27.10.1. La llegada del cine digital
- 27.10.2. Estudio de caso

Asignatura 28

Guion de cine

28.1. Escribir para la pantalla

- 28.1.1. Introducción
- 28.1.2. Modelos y estructuras de guion

28.2. Narrar con imágenes

- 28.2.1. El guion como discurso narrativo
- 28.2.2. El guion como escritura de paso

28.3. El guionista

- 28.3.1. De la idea al guion
- 28.3.2. Métodos de trabajo

28.4. La unidad mínima del drama

- 28.4.1. El conflicto
- 28.4.2. La trama

28.5. Los personajes

- 28.5.1. Temas
- 28.5.2. Arcos de transformación
- 28.5.3. Personajes secundarios

28.6. La biblia y los diálogos

- 28.6.1. La biblia de personajes
- 28.6.2. Los diálogos

28.7. Dramatización I

- 28.7.1. Estructuras del guion
- 28.7.2. El primer acto

28.8. Dramatización II

- 28.8.1. El segundo acto
- 28.8.2. El tercer acto

28.9. Dramatización III

- 28.9.1. Recursos narrativos
- 28.9.2. Escenas y secuencias

28.10. El proceso de trabajo

- 28.10.1. El proceso de escritura del guion de ficción
- 28.10.2. Formatos de presentación
- 28.10.3. La reescritura del guion

Asignatura 29

Cine en América, Hispanoamérica, Asia y África

29.1. Aproximación teórica y metodológica

- 29.1.1. Debates teóricos sobre terminología y categorías geopolíticas
- 29.1.2. El estudio del cine periférico
- 29.1.3. El estudio del cine latinoamericano

29.2. Historia del cine hispanoamericano

- 29.2.1. Argentina
- 29.2.2. México
- 29.2.3. Otras cinematografías

29.3. Claves del cine hispanoamericano contemporáneo I

- 29.3.1. Argentina
- 29.3.2. México

29.4. Claves del cine hispanoamericano contemporáneo II

- 29.4.1. Brasil
- 29.4.2. Uruguay
- 29.4.3. Chile
- 29.4.4. Colombia

29.5. Cine transnacional en Hispanoamérica

- 29.5.1. El cine (trans) nacional de América Latina
- 29.5.2. Las relaciones cinematográficas entre México, Argentina y España
- 29.5.3. Coproducciones cinematográficas

29.6. El cine en Asia

- 29.6.1. El cine en un contexto periférico
- 29.6.2. El nacimiento de la industria del cine
- 29.6.3. El desarrollo del cine en Asia

29.7. El cine en África

- 29.7.1. Nigeria
- 29.7.2. Marruecos
- 29.7.3. Otras cinematografías

29.8. El cine en India

- 29.8.1. El primer cine
- 29.8.2. El cine de la India independiente
- 29.8.3. De Satyajit Ray al nuevo cine
- 29.8.4. Cine contemporáneo: Bollywood

29.9. Perspectivas transnacionales. Cine en diáspora

- 29.9.1. Cine de la diáspora
- 29.9.2. Cine colonial español en África
- 29.9.3. Otros cines de la diáspora y perspectivas transnacionales

29.10. Cine de las mujeres en Hispanoamérica, Asia, África e India

- 29.10.1. Introducción
- 29.10.2. Latinoamérica, España
- 29.10.3. Asia, Norte de África, India

Asignatura 30

Estudios televisivos

30.1. Los estudios televisivos

- 30.1.1. El desarrollo de los estudios televisivos
- 30.1.2. Perspectivas críticas en torno a la televisión

30.2. Estudiar la televisión

- 30.2.1. Introducción
- 30.2.2. La industria
- 30.2.3. Televisión y nación
- 30.2.4. Estudiando los programas
- 30.2.5. Televisión y sociedad
- 30.2.6. Audiencias televisivas

30.3. Historias de la televisión. Culturas televisivas

- 30.3.1. Historias de la televisión
- 30.3.2. Culturas televisivas

30.4. Los contenidos de la televisión

- 30.4.1. Textos y narrativas televisivas
- 30.4.2. Géneros y formatos televisivos

30.5. Realidades televisivas. Las audiencias de la televisión

- 30.5.1. Realidades televisivas
- 30.5.2. Audiencias televisivas

30.6. Más allá de la televisión

- 30.6.1. La televisión que no vemos
- 30.6.2. Más allá de la televisión

30.7. La televisión en Europa

- 30.7.1. Reino Unido
- 30.7.2. Francia
- 30.7.3. Otras experiencias europeas de la televisión

30.8. La televisión en Estados Unidos

- 30.8.1. Los orígenes de la televisión en Estados Unidos
- 30.8.2. El desarrollo de la televisión comercial
- 30.8.3. La televisión de la fragmentación

30.9. La televisión en Latinoamérica

- 30.9.1. El modelo de televisión latinoamericana
- 30.9.2. Principales experiencias nacionales

30.10. La televisión en Asia y África

- 30.10.1. El modelo de televisión en África y Asia
- 30.10.2. Principales experiencias nacionales

Asignatura 31

Realización de ficción y dirección de actores

31.1. La realización de ficción

- 31.1.1. Introducción
- 31.1.2. El proceso y sus herramientas

31.2. Las ópticas y la cámara

- 31.2.1. Las ópticas y el encuadre
- 31.2.2. El movimiento de la cámara
- 31.2.3. La continuidad

31.3. La luz y el color: aspectos teóricos

- 31.3.1. Exposición
- 31.3.2. Teoría del color

31.4. La iluminación en el cine

- 31.4.1. Herramientas
- 31.4.2. La iluminación como narrativa

31.5. El color y las ópticas

- 31.5.1. El control del color
- 31.5.2. Las ópticas
- 31.5.3. El control de la imagen

31.6. El trabajo en el rodaje

- 31.6.1. La lista de planos
- 31.6.2. El equipo y sus funciones

31.7. Cuestiones técnicas para la dirección de cine

- 31.7.1. Los recursos de la técnica

31.8. La visión de los directores

- 31.8.1. Los directores toman la palabra

31.9. Transformaciones digitales

- 31.9.1. Transformaciones analógico-digitales en la fotografía cinematográfica
- 31.9.2. El reinado de la posproducción digital

31.10. Dirección de actores

- 31.10.1. Introducción
- 31.10.2. Principales métodos y técnicas
- 31.10.3. El trabajo con los actores

Asignatura 32**Realización de ficción y dirección de actores****32.1. Los conceptos de cultura, economía, comunicación, tecnología, Industrias Culturales**

- 32.1.1. Cultura, Economía, Comunicación
- 32.1.2. Las Industrias Culturales
- 32.1.3. Tecnología, comunicación y cultura

32.2. La cultura artesanal mercantilizada

- 32.2.1. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
- 32.2.2. Museos y patrimonio

32.3. Los grandes sectores de las Industrias Culturales

- 32.3.1. Los productos editoriales
- 32.3.2. Las I.C. de flujo
- 32.3.3. Los modelos híbridos

32.4. La era digital en las industrias culturales

- 32.4.1. Las industrias culturales digitales
- 32.4.2. Nuevos modelos en la era digital

32.5. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital

- 32.5.1. El negocio de la prensa en línea
- 32.5.2. La radio en el entorno digital
- 32.5.3. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital

32.6. La globalización y la diversidad en la cultura

- 32.6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las industrias culturales
- 32.6.2. La lucha por la diversidad cultural

32.7. Las políticas culturales y de cooperación

- 32.7.1. Políticas culturales
- 32.7.2. El papel de los Estados y de las regiones de países

32.8. La diversidad musical en la nube

- 32.8.1. El sector de la música hoy en día
- 32.8.2. La nube
- 32.8.3. Iniciativas latino/iberoamericanas

32.9. Diversidad en la industria audiovisual

- 32.9.1. Del pluralismo a la diversidad
- 32.9.2. Diversidad, cultura y comunicación
- 32.9.3. Conclusiones y propuestas

32.10. Diversidad audiovisual en Internet

- 32.10.1. El sistema audiovisual en la era de Internet
- 32.10.2. La oferta televisiva y la diversidad
- 32.10.3. Conclusiones

Asignatura 33**Estudios filmicos****33.1. ¿Qué es el cine? Introducción y algunos conceptos básicos I**

- 33.1.1. Formas de entender el Cine. principales enfoques

33.2. ¿Qué es el cine? Introducción y algunos conceptos básicos II

- 33.2.1. Modos y mundos cinematográficos: documental, experimental y ficción
- 33.2.2. Nacimiento y desarrollo de las teorías cinematográficas. La crítica y la academia
- 33.2.3. Los estudios filmicos como disciplina

33.3. Metodología, estructura y nociones básicas en la investigación del cine

- 33.3.1. Fundamentos del método científico
- 33.3.2. El método científico aplicado al estudio del cine
- 33.3.3. El diseño de un trabajo de investigación

33.4. Realismos

- 33.4.1. Los realismos clásicos
- 33.4.2. Nuevos realismos

33.5. El cine se reivindica: cine de autor y tercer cine

- 33.5.1. Cine de autor
- 33.5.2. Tercer cine

33.6. Formalismo y textualismo I

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

33.7. Formalismo y textualismo II

- 33.7.1. La pasión textual y el cine como lenguaje: Estructuralismo
- 33.7.2. La reforma postestructuralista

33.8. Representación y cultura

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

33.9. Políticas identitarias. Teorías de la recepción

- 33.9.1. Multiculturalismo, raza y representación
- 33.9.2. Teorías de la recepción

33.10. El análisis del cine contemporáneo

- 33.10.1. El cine-espectáculo
- 33.10.2. Fundamentos de estética audiovisual contemporánea

Asignatura 34**Cine informativo y documental****34.1. Introducción al cine documental**

- 34.1.1. Introducción
- 34.1.2. El cine de los inicios y los principios del cine documental

34.2. El documental y la realidad

- 34.2.1. Documental, realidad, verdad

34.3. El documental y el cine informativo en el periodo de entreguerras I

- 34.3.1. Cine de propaganda soviético
- 34.3.2. La Escuela documental británica

34.4. El documental y el cine informativo en el periodo de entreguerras II

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

34.5. El documental y el cine informativo durante la II Guerra Mundial

- 34.5.1. Cine de no ficción británico durante la II Guerra Mundial
- 34.5.2. Producciones cinematográficas norteamericanas de propaganda durante la II Guerra Mundial
- 34.5.3. Documentales alemanes durante la II Guerra Mundial

34.6. Las vanguardias del documental. Cine directo y cine de realidad

- 34.6.1. Las vanguardias cinematográficas de los años 60
- 34.6.2. Cine directo y cine de realidad

34.7. Falsos documentales

- 34.7.1. El falso documental
- 34.7.2. Mofumentales

34.8. El documental en la era de Internet

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

34.9. Historia, memoria y archivo

- 34.9.1. Películas de compilación y de metraje encontrado

34.10. Otros géneros de documental y cine informativo

- 34.10.1. Documental de divulgación científica

Asignatura 35

Géneros, formatos y programación en televisión

35.1. El género en televisión

- 35.1.1. Introducción
- 35.1.2. Los géneros de la televisión

35.2. El formato en televisión

- 35.2.1. Aproximación al concepto de formato
- 35.2.2. Los formatos de la televisión

35.3. Crear televisión

- 35.3.1. El proceso creativo en entretenimiento
- 35.3.2. El proceso creativo en ficción

35.4. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual I

- 35.4.1. La consolidación del formato
- 35.4.2. El formato de la telerrealidad
- 35.4.3. Novedades en TV de realidad
- 35.4.4. Televisión Digital Terrestre y crisis financiera

35.5. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual II

- 35.5.1. Los mercados emergentes
- 35.5.2. Marcas globales
- 35.5.3. La televisión se reinventa
- 35.5.4. La era de la globalización

35.6. Vender el formato

- 35.6.1. Venta de un formato televisivo
- 35.6.2. El discurso de venta

35.7. Introducción a la programación televisiva

- 35.7.1. La función de la programación
- 35.7.2. Factores que inciden en la programación

35.8. Los modelos de programación televisiva

- 35.8.1. Estados Unidos y Reino Unido
- 35.8.2. España

35.9. El ejercicio profesional de la programación televisiva

- 35.9.1. El departamento de programación
- 35.9.2. Programar para televisión

35.10. El estudio de las audiencias

- 35.10.1. Investigación de la audiencia en televisión
- 35.10.2. Conceptos e índices de audiencia

Asignatura 36

El público audiovisual

36.1. Las audiencias en los medios audiovisuales

- 36.1.1. Introducción
- 36.1.2. La constitución de las audiencias

36.2. El estudio de las audiencias: las tradiciones I

- 36.2.1. Teoría de los efectos
- 36.2.2. Teoría de usos y gratificaciones
- 36.2.3. Los estudios culturales

36.3. El estudio de las audiencias: las tradiciones II

- 36.3.1. Estudios sobre la recepción
- 36.3.2. Las audiencias hacia los estudios humanistas

36.4. Las audiencias desde una perspectiva económica

- 36.4.1. Introducción
- 36.4.2. La medición de las audiencias

36.5. Las teorías de la recepción

- 36.5.1. Introducción a las teorías de la recepción
- 36.5.2. Aproximación histórica a los estudios de la recepción

36.6. Las audiencias en el mundo digital

- 36.6.1. Entorno digital
- 36.6.2. Comunicación y cultura de la convergencia
- 36.6.3. El carácter activo de las audiencias
- 36.6.4. Interactividad y participación
- 36.6.5. La transnacionalidad de las audiencias
- 36.6.6. Las audiencias fragmentadas
- 36.6.7. La autonomía de las audiencias

36.7. Audiencias: las preguntas esenciales I

- 36.7.1. Introducción
- 36.7.2. Quiénes son
- 36.7.3. Por qué consumen

36.8. Audiencias: las preguntas esenciales II

- 36.8.1. Qué consumen
- 36.8.2. Cómo consumen
- 36.8.3. Con qué efectos

36.9. El modelo de fidelización I

- 36.9.1. El modelo de fidelización como metadimensión del comportamiento de las audiencias
- 36.9.2. La compleja valoración del modelo de fidelización

36.10. El modelo de fidelización II

- 36.10.1. Introducción. Las dimensiones del modelo de fidelización
- 36.10.2. El modelo de fidelización y las experiencias de los usuarios
- 36.10.3. El modelo de fidelización como respuesta emocional de las audiencias
- 36.10.4. El modelo de fidelización como resultado de cognición humana
- 36.10.5. Los comportamientos observables de las audiencias como expresión del modelo de fidelización

Asignatura 37**Guion de televisión: programas y ficción****37.1. Narrativa televisiva**

- 37.1.1. Conceptos y límites
- 37.1.2. Códigos y estructuras

37.2. Categorías narrativas en televisión

- 37.2.1. La enunciación
- 37.2.2. Personajes
- 37.2.3. El espacio
- 37.2.4. El tiempo

37.3. Géneros y formatos televisivos

- 37.3.1. Unidades narrativas
- 37.3.2. Géneros y formatos televisivos

37.4. Formatos de ficción

- 37.4.1. La ficción televisiva
- 37.4.2. La comedia de situación
- 37.4.3. Las series dramáticas
- 37.4.4. La telenovela
- 37.4.5. Otros formatos

37.5. El guion de ficción en televisión

- 37.5.1. Introducción
- 37.5.2. La técnica

37.6. El drama en televisión

- 37.6.1. La serie dramática
- 37.6.2. La telenovela

37.7. Las series de comedia

- 37.7.1. Introducción
- 37.7.2. La sitcom

37.8. El guion de entretenimiento

- 37.8.1. El guion paso a paso
- 37.8.2. Escribir para decir

37.9. Escritura del guion de entretenimiento

- 37.9.1. Reunión de guion
- 37.9.2. Guion técnico
- 37.9.3. Desglose de producción
- 37.9.4. La escaleta

37.10. Diseño del guion de entretenimiento

- 37.10.1. Revistas
- 37.10.2. Programa de humor
- 37.10.3. Programa de talento
- 37.10.4. Documental
- 37.10.5. Otros formatos

Asignatura 38**Cine, televisión y sociedad contemporánea****38.1. Visualidad y mirada**

- 38.1.1. Aprender a mirar
- 38.1.2. La antropología visual
- 38.1.3. La visión

38.2. Imágenes de la diferencia

- 38.2.1. La construcción
- 38.2.2. La representación
- 38.2.3. La significación

38.3. El imaginario

- 38.3.1. El imaginario
- 38.3.2. Estructuras antropológicas del imaginario
- 38.3.3. La convención

38.4. Modos de representación

- 38.4.1. Introducción
- 38.4.2. El cine
- 38.4.3. La televisión

38.5. Comunicación y cultura popular

- 38.5.1. Los estudios culturales
- 38.5.2. La teoría crítica de los medios de comunicación
- 38.5.3. La cultura popular

38.6. Representación y alteridad

- 38.6.1. Introducción
- 38.6.2. Representación y alteridad en el imaginario occidental del africanismo

38.7. Representación y "Sistema de las estrellas"

- 38.7.1. El "Sistema de las estrellas" como producto cultural
- 38.7.2. Caso de estudio

38.8. La representación de la mujer en las series de ficción

- 38.8.1. Introducción
- 38.8.2. Casos de estudio

38.9. La representación del control social en las series de ficción

- 38.9.1. Introducción
- 38.9.2. Casos de estudio

38.10. Representaciones del terrorismo en el cine y la televisión

- 38.10.1. El terrorismo en España
- 38.10.2. Representaciones del terrorismo

Asignatura 39**Gestión y promoción de productos audiovisuales****39.1. La distribución audiovisual**

- 39.1.1. Introducción
- 39.1.2. Los actores de la distribución
- 39.1.3. Los productos de la comercialización
- 39.1.4. Los ámbitos de la distribución audiovisual
- 39.1.5. Distribución nacional
- 39.1.6. Distribución internacional

39.2. La empresa de distribución

- 39.2.1. La estructura organizativa
- 39.2.2. La negociación del contrato de distribución
- 39.2.3. Los clientes internacionales

39.3. Ventanas de explotación, contratos y ventas internacionales

- 39.3.1. Ventanas de explotación
- 39.3.2. Contratos de distribución internacional
- 39.3.3. Las ventas internacionales

39.4. Mercadotecnia cinematográfica

- 39.4.1. Mercadotecnia en el cine
- 39.4.2. La cadena de valor de la producción cinematográfica
- 39.4.3. Los medios publicitarios al servicio de la promoción
- 39.4.4. Las herramientas para el lanzamiento

39.5. La investigación de mercado en el cine

- 39.5.1. Introducción
- 39.5.2. Fase de preproducción
- 39.5.3. Fase de postproducción
- 39.5.4. Fase de comercialización

39.6. Redes sociales y promoción cinematográfica

- 39.6.1. Introducción
- 39.6.2. Promesas y límites de las redes sociales
- 39.6.3. Los objetivos y su medición
- 39.6.4. Calendario de promoción y estrategias
- 39.6.5. Interpretar lo que dicen las redes

39.7. La distribución audiovisual en internet I

- 39.7.1. El nuevo mundo de la distribución audiovisual
- 39.7.2. El proceso de la distribución en internet
- 39.7.3. Los productos y las posibilidades en el nuevo escenario
- 39.7.4. Nuevos modos de distribución

39.8. La distribución audiovisual en internet II

- 39.8.1. Claves del nuevo escenario
- 39.8.2. Los peligros de la distribución en internet
- 39.8.3. El Video bajo demanda (VOD) como nueva ventana de distribución

39.9. Nuevos espacios para la distribución

- 39.9.1. Introducción
- 39.9.2. La revolución Netflix

39.10. Los festivales de cine

- 39.10.1. Introducción
- 39.10.2. El papel de los festivales de cine en la distribución y exhibición

Asignatura 40

Publicidad audiovisual

40.1. Introducción a la publicidad audiovisual

- 40.1.1. ¿Qué es la publicidad audiovisual?
- 40.1.2. Origen
- 40.1.3. Medios de publicidad audiovisual

40.2. El anuncio publicitario

- 40.2.1. ¿Qué es un anuncio?
- 40.2.2. Estructura narrativa de un anuncio publicitario
- 40.2.3. Historia del anuncio publicitario

40.3. Equipo técnico de una producción audiovisual I

- 40.3.1. Los equipos de producción y dirección
- 40.3.2. Funciones de los equipos de producción y dirección
- 40.3.3. Organigrama

40.4. Equipo técnico de una producción audiovisual II

- 40.4.1. Los equipos de técnicos y artísticos
- 40.4.2. Funciones de los equipos de técnicos y artísticos
- 40.4.3. Organigrama

40.5. Pre-producción I: de la idea al guion de rodaje

- 40.5.1. Proceso creativo en base al informe
- 40.5.2. Guion literario: ejemplo
- 40.5.3. Guion técnico: ejemplo



40.6. Guion gráfico

- 40.6.1. Guion gráfico interno
- 40.6.2. Guion gráfico de presentación
- 40.6.3. Guion gráfico de rodaje

40.7. El guion técnico: los estilos de la realización

- 40.7.1. Lenguaje cinematográfico
- 40.7.2. Puesta en escena
- 40.7.3. Planificación técnica

40.8. Pre-producción II: El plan de rodaje y el presupuesto

- 40.8.1. Diseño de iluminación
- 40.8.2. Diseño de sonido
- 40.8.3. Protocolo de rodaje
- 40.8.4. Presupuesto

40.9. La producción de un anuncio publicitario

- 40.9.1. ¿Quién interviene en la realización de un anuncio?
- 40.9.2. Orden de rodaje
- 40.9.3. El rodaje

40.10. Post producción de un anuncio publicitario

- 40.10.1. El montaje
- 40.10.2. Tipos de montaje
- 40.10.3. La post producción de imagen y sonido

“¿Buscas dominar las principales estrategias de Marketing y Publicidad para incrementar la visibilidad de tus piezas audiovisuales? Consíguelo con esta titulación universitaria en pocos meses”

04

Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Licenciatura Oficial Universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un Estudio de Convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



“

Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo”

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Licenciatura Oficial Universitaria.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Licenciatura Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Licenciatura Oficial Universitaria.



Matricúlate en la Licenciatura Oficial Universitaria y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita”



¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Licenciatura Oficial Universitaria tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Licenciatura Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Licenciatura Oficial Universitaria de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda “EQ” en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.



¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.



¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico convalidaciones@techtute.com adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en la Licenciatura Oficial Universitaria, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.



¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- ♦ Documento de identificación oficial
- ♦ Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente



¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La Opinión Técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.



¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Servicios Escolares consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso





Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

La presente Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual dotará a su alumnado de una comprensión integral del lenguaje Audiovisual y de las dinámicas que rigen esta industria. Al mismo tiempo, los egresados desarrollarán una variedad de competencias técnicas, narrativas y creativas fundamentales para el ejercicio de su labor. Gracias a esto, los expertos serán capaces de confeccionar piezas audiovisuales de excelsa calidad y que se adapten tanto a las necesidades de la audiencia como a las demandas del mercado laboral actual.

*Living
SUCCESS*

“

Manejarás herramientas tecnológicas de última generación para la creación, grabación y edición de contenidos audiovisuales”



Objetivos generales

- ♦ Dominar los lenguajes propios de las técnicas audiovisuales digitales, así como el uso de nuevas tecnologías para la producción y realización de programas audiovisuales
- ♦ Realizar las principales funciones en el campo de la Comunicación Audiovisual (edición, postproducción, etc.)
- ♦ Ahondar en las teorías de la Comunicación más relevantes y su relación con los diferentes medios en los que se desarrolla
- ♦ Comprender integralmente las particularidades del medio televisivo y sus códigos informativos
- ♦ Profundizar en todas las fases del producto televisivo y cinematográfico
- ♦ Dirigir un proyecto de producción Audiovisual





Objetivos específicos

Asignatura 1. Teoría de la Comunicación social

- ♦ Analizar los paradigmas y modelos que explican la Comunicación social y su impacto en el desarrollo de las sociedades
- ♦ Evaluar cómo los mensajes se producen, transmiten, y reciben en contextos diversos, desde los medios masivos hasta las interacciones interpersonales

Asignatura 2. Documentación informativa

- ♦ Profundizar en los diferentes métodos de obtención, organización, análisis y almacenamiento de información en el ámbito informativo
- ♦ Manejar técnicas, herramientas y recursos que permitan la creación de bases documentales sólidas para la producción de contenido informativo

Asignatura 3. Comunicación escrita

- ♦ Reconocer la importancia del lenguaje escrito para aplicar los elementos gramaticales y características en la redacción
- ♦ Desarrollar habilidades avanzadas para estructurar argumentos sólidos y bien fundamentados

Asignatura 4. Tecnología y gestión de la información y del conocimiento

- ♦ Utilizar con destreza las Tecnologías de la Información y la Comunicación en ambientes virtuales para el desarrollo de procesos de distribución de contenidos informativos
- ♦ Ser capaz de gestionar grandes volúmenes de información de manera organizada, precisa y ética

Asignatura 5. Introducción al Derecho

- ♦ Entender los conceptos fundamentales del Derecho y sus ramas principales, promoviendo la capacidad de análisis crítico en la cobertura de asuntos legales
- ♦ Conocer las regulaciones aplicables a los medios de comunicación, incluyendo leyes sobre propiedad intelectual, difamación y protección de datos personales

Asignatura 6. Lengua española

- ♦ Reconocer la importancia del lenguaje, las diferentes morfologías y sintaxis en el campo de la Comunicación de masas
- ♦ Ampliar el vocabulario activo para adaptar el lenguaje a distintos públicos y géneros periodísticos

Asignatura 7. Teoría de la Comunicación interpersonal

- ♦ Disponer de un conocimiento integral sobre la difusión de mensajes las barreras que afectan a la comunicación entre las personas
- ♦ Adquirir competencias de escucha activa, empatía y comunicación efectiva

Asignatura 8. Introducción a la Economía

- ♦ Conocer los fundamentos de la oferta, la demanda y las preferencias del mercado que le permitan tener una visión crítica de la problemática económica nacional e internacional
- ♦ Profundizar en cómo los individuos, las empresas y los gobiernos toman decisiones económicas; así como su influencia en la sociedad

Asignatura 9. Teoría del periodismo

- ♦ Obtener competencias para distinguir las particularidades de los principales géneros de periódicos
- ♦ Reflexionar sobre el impacto del periodismo en la sociedad, además de su papel en la construcción de la opinión pública y la democracia

Asignatura 10. Comunicación visual

- ♦ Relacionar los procesos de diseño y producción de mensajes visuales con el ejercicio de la actividad periodística y el diseño editorial
- ♦ Analizar los procesos de percepción de la imagen visual para interpretar representaciones gráficas de manera contextual o secuencial

Asignatura 11. Análisis de la imagen audiovisual

- ♦ Disponer de un enfoque holístico sobre las bases de la naturaleza y del funcionamiento de la imagen en movimiento
- ♦ Adquirir habilidades elementales para el análisis de la construcción formal y narrativa de los relatos audiovisuales

Asignatura 12. Introducción a la psicología de la Comunicación

- ♦ Comprender los principios básicos de la psicología aplicada a la comunicación
- ♦ Identificar las características psicológicas de diferentes segmentos de audiencia para adaptar los mensajes de manera efectiva a sus necesidades, valores y expectativas

Asignatura 13. Historia social y política contemporánea

- ♦ Desarrollar una comprensión sólida sobre los acontecimientos sociales y políticos más relevantes de la historia contemporánea, con énfasis en su influencia en la actualidad
- ♦ Reflexionar sobre la influencia del periodismo en la opinión pública e incluso en procesos políticos como cambios de régimen

Asignatura 14. Comunicación institucional

- ♦ Esquematizar la importancia, presencia e interacción de la comunicación en el fortalecimiento de las instituciones sociales
- ♦ Gestionar las relaciones de las empresas con actores claves como los medios de comunicación y el público para desarrollar una imagen positiva de la marca

Asignatura 15. Literatura y creación literaria

- ♦ Utilizar técnicas de narración literaria como la construcción de personajes, el desarrollo de tramas y el uso de detalles evocadores para contar historias
- ♦ Incorporar elementos de estilo literario que mejoren la fluidez y el impacto emocional de los textos

Asignatura 16. Teoría de la publicidad

- ♦ Profundizar en las estrategias de marketing y publicidad más utilizadas para captar la atención del público objetivo
- ♦ Realizar campañas publicitarias que apelen a las emociones de los consumidores mediante narrativas persuasivas

Asignatura 17. 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

Asignatura 18. Periodismo cultural

- ♦ Dominar los fundamentos de la Comunicación radiofónica
- ♦ Adquirir destrezas en la producción, redacción y locución de contenidos periodísticos

Asignatura 19. Narrativa audiovisual

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

Asignatura 20. Cultura audiovisual

- ♦ Interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética
- ♦ Reconocer la diversidad cultural en el contexto de las sociedades contemporáneas

Asignatura 21. Movimientos artísticos contemporáneos

- ♦ Ahondar en cómo los movimientos artísticos interactúan con otros campos como la literatura, la música o el cine
- ♦ Desarrollar habilidades para identificar los mensajes y las narrativas subyacentes en las producciones artísticas contemporáneas

Asignatura 22. Teoría y técnica de la realización

- ♦ Aplicar adecuadamente las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual
- ♦ Planificar secuencias narrativas y documentales en función de las características propias de los medios de comunicación o plataformas de distribución

Asignatura 23. Estructura del sistema audiovisual

- ♦ Obtener un conocimiento profundo sobre la estructura, funcionamiento y transformación del sistema audiovisual
- ♦ Explorar el impacto de las tecnologías emergentes como la televisión digital o el streaming

Asignatura 24. 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

Asignatura 25. Producción audiovisual

- ♦ Comprender las etapas del proceso de postproducción, desde la organización del material bruto hasta la entrega final del contenido
- ♦ Editar contenidos audiovisuales mediante criterios de calidad, creatividad y profesionalismo

Asignatura 26. Historia del cine y la televisión

- ♦ Examinar los orígenes de la industria cinematográfica y la televisión tradicional
- ♦ Analizar la evolución de los géneros de cine y televisión

Asignatura 27. Cine norteamericano y cine europeo

- ♦ Analizar las etapas clave del cine de Hollywood, desde el cine clásico hasta las tendencias contemporáneas
- ♦ Explorar cómo el cine europeo aborda temas como la identidad cultural, la memoria histórica y las problemáticas sociales

Asignatura 28. Guion de cine

- ♦ Entender las características del lenguaje audiovisual y cómo se traduce una idea en imágenes y sonido
- ♦ Comprender cómo las decisiones narrativas impactan la dirección, fotografía y montaje de una película

Asignatura 29. Cine en América, Hispanoamérica, Asia y África

- ♦ Adquirir la capacidad para interpretar estilos, narrativas y temas característicos del cine en América, Hispanoamérica, Asia o África
- ♦ Comprender los contextos históricos, sociales y culturales que moldean las cinematografías regionales

Asignatura 30. Estudios televisivos

- ♦ Profundizar en la evolución histórica de la televisión, desde sus inicios como medio de comunicación masiva hasta su convergencia con plataformas digitales
- ♦ Aplicar las distintas teorías y metodologías de análisis a la producción de obras televisivas

Asignatura 31. Realización de ficción y dirección de actores

- ♦ Analizar los elementos esenciales de la narrativa audiovisual (como la estructura dramática, el ritmo y la construcción de conflictos)
- ♦ Desarrollar habilidades para dirigir ensayos y comunicarse efectivamente con actores durante el rodaje

Asignatura 32. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la Comunicación

- ♦ Analizar la importancia del contenido de marca, el branded content y las colaboraciones estratégicas en los modelos de negocio actuales
- ♦ Diseñar estrategias innovadoras que contribuyan a la mejora en los procesos de gestión y toma de decisiones en el campo de la Comunicación Audiovisual

Asignatura 33. Estudios fílmicos

- ♦ Impulsar un enfoque analítico para entender el cine como forma de arte, medio de comunicación y fenómeno cultural
- ♦ Aplicar las distintas teorías y metodologías a la interpretación de la producción de obras cinematográficas

Asignatura 34. Cine informativo y documental

- ♦ Analizar las características y diferencias entre el cine informativo, el documental tradicional y los nuevos formatos híbrido
- ♦ Profundizar en cómo los elementos visuales, sonoros y emocionales contribuyen a la construcción de narrativas efectivas

Asignatura 35. Géneros, formatos y programación en televisión

- ♦ Reconocer los distintos formatos en el contexto del actual del panorama televisivo identificando las claves de los formatos y su funcionamiento
- ♦ Analizar el impacto de los horarios, las temporadas y las franjas horarias en el consumo televisivo

Asignatura 36. El público Audiovisual

- ♦ Comprender y analizar el comportamiento de las audiencias audiovisuales,
- ♦ Crear contenidos periodísticos y audiovisuales que conecten efectivamente con diversos públicos

Asignatura 37. 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

Asignatura 38. Cine, televisión y sociedad contemporánea

- ♦ Analizar las principales tendencias en los modelos representacionales contemporáneos en televisión y cine
- ♦ Desarrollar un razonamiento crítico a la hora de enfrentarse a los procesos de creación y análisis de los distintos modos de representación

Asignatura 39. Gestión y promoción de productos audiovisuales

- ♦ Reflexionar sobre las competencias necesarias para liderar proyectos audiovisuales, como la coordinación de equipos y la gestión de recursos
- ♦ Conocer el marco legal y financiero relacionado con la producción y comercialización de productos audiovisuales

Asignatura 40. Publicidad audiovisual

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



Diseñarás estrategias para crear documentales que destaquen por su inclusividad, sostenibilidad y compromiso por los derechos humanos”

06

Salidas profesionales

Por medio de esta exclusiva Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual de TECH, los alumnos ampliarán sus perspectivas laborales de manera significativa. En este sentido, los profesionales destacarán por su dominio en campos como la narrativa audiovisual, el manejo de herramientas tecnológicas y estrategias de comunicación. Gracias a esto, los egresados disfrutarán de una trayectoria laboral polifacética y adaptada a sus propios intereses; aportando una visión crítica, creativa y ética.

Upgrading...

“

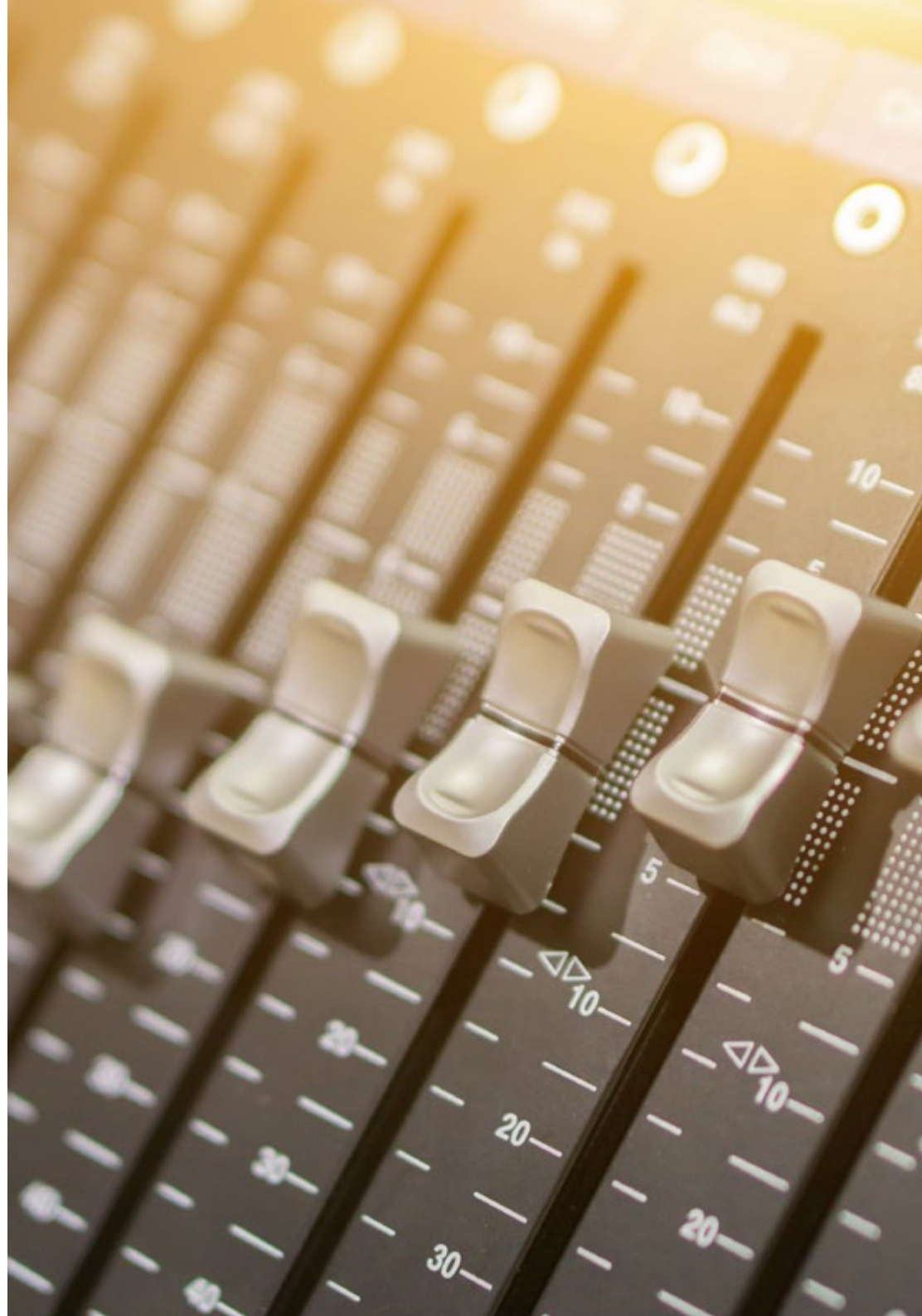
Coordinarás de forma eficiente todos los aspectos de la Producción Audiovisual, incluyendo presupuestos económicos y recursos materiales”

Perfil del egresado

Los egresados de esta titulación universitaria destacan por aplicar las metodologías más innovadoras en el ámbito de la Comunicación Audiovisual, así como las herramientas tecnológicas más avanzadas. De esta forma, los especialistas disponen de una cualificación integral que les permite liderar en áreas emergentes como la realidad virtual, el streaming y la creación de contenido interactivo. Así pues, el alumnado podrá acceder a roles estratégicos que abarcan desde la Dirección en Televisión o Producción de Cine hasta la creación de guiones técnicos en las instituciones más prestigiosas.

Gestionarás elementos visuales como la iluminación o encuadres para transmitir la intención artística en tus documentales.

- ♦ **Creatividad e innovación:** Capacidad para generar ideas originales, explorar nuevas formas narrativas y diseñar contenidos audiovisuales que respondan a las demandas de audiencias contemporáneas y tendencias emergentes en la industria
- ♦ **Comunicación efectiva:** Habilidad para expresar ideas complejas de manera clara y persuasiva, tanto en forma oral como escrita, adaptándose a diversos contextos y audiencias
- ♦ **Resolución de problemas:** Competencia para gestionar desafíos en la producción Audiovisual, aplicando soluciones prácticas, creativas y éticas en la toma de decisiones
- ♦ **Adaptación tecnológica:** Los alumnos serán capaces de aplicar tecnologías emergentes en el ámbito audiovisual, garantizando la integración de estas herramientas en proyectos innovadores



Después de realizar la Licenciatura Oficial Universitaria, los egresados podrán desempeñar sus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. Producción Audiovisual: Los egresados están capacitados para participar en todas las etapas de creación de contenido Audiovisual, desde la preproducción hasta la distribución.

- ♦ Director o productor de cine y televisión
- ♦ Guionista para películas, series y documentales
- ♦ Editor y postproductor en estudios audiovisuales
- ♦ Coordinador de producción para plataformas de *streaming*

2. Comunicación y Medios Digitales: El conocimiento integral de los profesionales tanto en narrativa audiovisual como plataformas tecnológicas contribuye a que se desempeñen en la creación y gestión de contenidos adaptados a los nuevos formatos.

- ♦ *Content creator* para redes sociales y plataformas digitales
- ♦ Gestor de estrategias transmedia en medios de comunicación y empresas
- ♦ Especialista en marketing audiovisual y *branding* digital
- ♦ Productor de *podcasts* y contenidos multiplataforma

3. Publicidad y Marketing: Los especialistas pueden aplicar su creatividad y dominio de las herramientas audiovisuales en el diseño y desarrollo de campañas publicitarias altamente creativas.

- ♦ Director creativo en agencias de publicidad
- ♦ Diseñador de campañas audiovisuales
- ♦ Especialista en *branded content* y *storytelling* publicitario
- ♦ Consultor en estrategias audiovisuales de comunicación corporativa

4. Industria del Entretenimiento: Tras finalizar esta Licenciatura Oficial Universitaria, los especialistas estarán altamente cualificados para liderar proyectos de entretenimiento, desde eventos en vivo hasta la creación de contenidos interactivos.

- ♦ Diseñador de experiencias inmersivas digitales
- ♦ Director artístico en producciones teatrales o eventos multimedia
- ♦ Desarrollador de videojuegos con enfoque narrativo
- ♦ Gestor de proyectos de entretenimiento en plataformas de transmisión libres

5. Cultura y Patrimonio Audiovisual: Los productores serán capaces de aplicar su comprensión sobre la historia y evolución de los medios de comunicación para trabajar en la conservación o difusión de informaciones culturales.

- ♦ Gestor de patrimonio audiovisual en museos y filmotecas
- ♦ Curador de contenidos en festivales de cine y exposiciones audiovisuales
- ♦ Crítico cinematográfico en revistas y medios especializados
- ♦ Especialista en restauración y preservación de material Audiovisual

6. Proyectos de Emprendimiento y Startups: La versatilidad adquirida en gestión de proyectos audiovisuales permite al alumnado construir iniciativas propias en la industria del entretenimiento.

- ♦ Creador de contenidos audiovisuales independientes
- ♦ Emprendedor en plataformas de distribución y producción digital
- ♦ Desarrollador de proyectos de comunicación audiovisual en instituciones culturales
- ♦ Productor de documentales sociales y culturales

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que el alumno será apto mediante el estudio de esta Licenciatura Oficial Universitaria de TECH, también podrá continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estará listo para continuar con tus estudios desarrollando una Maestría Oficial Universitaria y así, progresivamente, alcanzar otros niveles y méritos científicos.

07

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 Oficial Universitaria, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu
competencia
lingüística*



“

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

En el mundo competitivo actual, 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 las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

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 MCER 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 se posee.

En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. 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 en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar 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.

“

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 Oficial Universitaria”

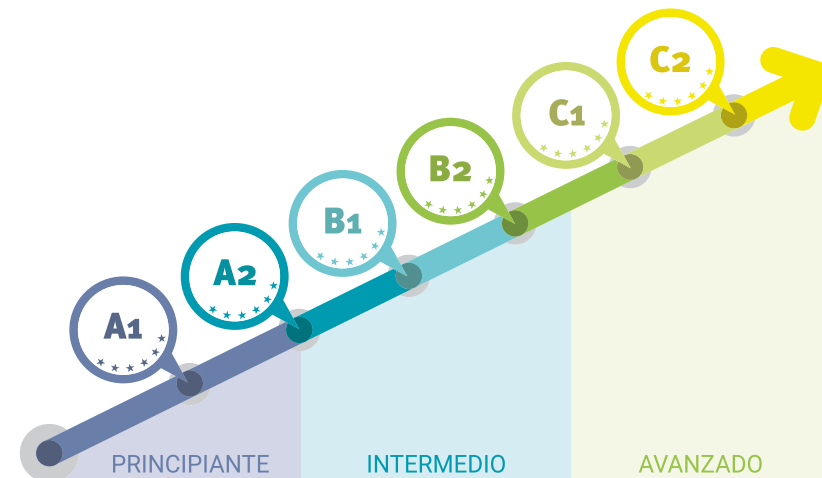




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- 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 Oficial Universitaria, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, 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 Oficial Universitaria

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



Máster Título Propio gratuito

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 Máster.





“

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

Los programas de Máster Título Propio 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 valor curricular 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.





Estudia un Máster Título Propio de TECH desde el último año de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual:

- ♦ 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”

09

Metodología de estudio

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

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

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*

“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

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



Lecturas complementarias

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





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



10

Titulación

La Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual es un programa ofrecido por TECH Universidad que cuenta con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y, por tanto, tiene validez oficial en México.



“

Obtén un título oficial de Licenciatura en Comunicación Audiovisual y da un paso adelante en tu carrera profesional”

El plan de estudios de esta Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20210892, de fecha 07/05/2021, en modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Al documento oficial de RVOE expedido por el SEP se puede acceder desde el siguiente enlace:



[Ver documento RVOE](#)



Supera con éxito este programa y recibe tu titulación oficial para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como la Comunicación Audiovisual”

Este título permitirá al alumno desempeñar las funciones profesionales al más alto nivel y su reconocimiento académico asegura que la formación cumple con los estándares de calidad y exigencia académica establecidos en México y a nivel internacional, garantizando la validez, pertinencia y competitividad de los conocimientos adquiridos para ponerlos en práctica en el entorno laboral.

Además, de obtener el título de Licenciatura Oficial Universitaria con el que podrá optar a puestos bien remunerados y de responsabilidad como profesional, este programa **permitirá al alumno el acceso a los estudios de nivel de Maestría Oficial Universitaria** con el que progresar en la carrera académica.

Título: **Licenciatura en Comunicación Audiovisual**

No. de RVOE: **20210892**

Fecha de vigencia RVOE: **07/05/2021**

Modalidad: **100% online**

Duración: **3 años y 4 meses**

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.





“

Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE)”

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual** en un país diferente a México, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Servicios Escolares a través de correo electrónico: homologacion@techtitute.com.

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Licenciatura en cualquier país.





El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.

El procedimiento y la homologación efectiva en cada caso dependerá del marco normativo del país donde se requiera validar el título.

“

El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de tu título”

Requisitos de acceso

La **Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual** de TECH cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) emitido por la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por la Ley General de Educación y la Ley General de Educación Superior vigentes.



“

*Revisa los requisitos de acceso de esta
Licenciatura Oficial Universitaria de TECH y
prepárate para iniciar tu trayectoria académica”*

La normativa establece que para inscribirse en esta **Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual** con RVOE, es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico. Los estudiantes interesados en acceder al programa de Licenciatura deberán contar con la documentación que acredite haber concluido previamente sus estudios de Bachillerato o de nivel equivalente.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán acceder a la Licenciatura.

Para ampliar la información de los requisitos de acceso al programa y resolver cualquier duda que surja al candidato, podrá ponerse en contacto con el equipo de TECH en la dirección de correo electrónico: requisitosdeacceso@techtitute.com.

Consigue ahora plaza en esta Licenciatura Oficial Universitaria de TECH si cumples con alguno de sus requisitos de acceso.





“

Si cumples con el perfil académico de ingreso de este programa con RVOE, contacta ahora con el equipo de TECH y da un paso definitivo para impulsar tu carrera”

13

Proceso de admisión

La Licenciatura Oficial Universitaria en Comunicación Audiovisual de TECH cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) emitido por la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por la Ley General de Educación y la Ley General de Educación Superior vigentes.





“

TECH ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Licenciatura Oficial Universitaria más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales”

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción.
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de TECH y aceptar las políticas de privacidad y las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria.
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual.
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial.

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse a la Licenciatura Oficial Universitaria sin esperas. De forma posterior se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy cómoda y rápida. Solo se deberán subir al sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar vigentes en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno (Pasaporte, acta de nacimiento)
- ♦ Carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- ♦ Copia digitalizada de la Clave Única de Registro de Población (CURP)
- ♦ Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja el estudiante podrá dirigirse a su asesor académico, con gusto le atenderá en todo lo que necesite. En caso de requerir más información, puede ponerse en contacto con procesodeadmision@techtute.com.

Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Licenciatura Oficial Universitaria cuanto antes, sin trámites ni demoras.



Nº de RVOE: 20210892

**Licenciatura Oficial
Universitaria
Comunicación Audiovisual**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **3 años y 4 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **07/05/2021**

Licenciatura Oficial Universitaria Comunicación Audiovisual

Nº de RVOE: 20210892

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR



tech
universidad