

# Maestría Oficial Universitaria Investigación en Ciencias de la Comunicación

Nº de RVOE: 20210628

**RVOE**

EDUCACIÓN SUPERIOR

**tech**  
universidad





Nº de RVOE: 20210628

## Maestría Oficial Universitaria Investigación en Ciencias de la Comunicación

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **21 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **07/04/2021**

Acceso web: [www.techtitute.com/mx/periodismo-comunicacion/maestria-universitaria/maestria-universitaria-investigacion-ciencias-comunicacion](http://www.techtitute.com/mx/periodismo-comunicacion/maestria-universitaria/maestria-universitaria-investigacion-ciencias-comunicacion)

# 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. 26

05

Objetivos docentes

---

pág. 32

06

Salidas profesionales

---

pág. 38

07

Idiomas gratuitos

---

pág. 42

08

Metodología de estudio

---

pág. 46

09

Cuadro docente

---

pág. 56

10

Titulación

---

pág. 60

11

Homologación del título

---

pág. 64

12

Requisitos de acceso

---

pág. 68

13

Proceso de admisión

---

pág. 72

# 01

## Presentación del programa

En el ámbito de la Investigación en Comunicación, los profesionales en Periodismo suelen enfrentar una de las principales barreras: la escasez de preparación específica en este campo, lo cual impacta la calidad de sus trabajos. En este contexto, los enfoques tradicionales de investigación, apoyados en medios clásicos como la televisión y el cine, han sido complementados por las nuevas modalidades de consumo y comunicación. Ante esto, TECH lanza un innovador programa universitario que brindará al alumno un conocimiento profundo de cada fase necesaria para desarrollar un proyecto de investigación riguroso y viable. Además, se imparte en una cómoda metodología 100% online.

*Este es el momento, te estábamos esperando*



“

*Especialízate en el campo del Periodismo a través de esta titulación que ofrece una modalidad 100% online, en la que podrás profundizar en tu trayectoria como investigador”*

La Comunicación, como fenómeno social y cultural, ha evolucionado significativamente con el desarrollo de nuevas tecnologías y medios. Desde sus orígenes como disciplina académica, las Ciencias de la Comunicación han buscado comprender cómo los mensajes se crean, transmiten y reciben, y cómo estos procesos impactan en la sociedad. En la actualidad, con la digitalización y la globalización, se plantean nuevos desafíos, como la adaptación a entornos digitales, el análisis de la desinformación y el uso ético de los medios de comunicación.

En este contexto, TECH presenta una pionera Maestría en Investigación en Ciencias de la Comunicación, donde el alumnado se adentrará en el vasto campo de la Comunicación, abordando tanto las metodologías de análisis cualitativo y cuantitativo, como el impacto de las nuevas formas de consumo mediático. Explorarán temas clave como la influencia de los medios digitales, el análisis de audiencias, las narrativas transmedia, y la comunicación de crisis, así como el papel de la inteligencia artificial en la investigación actual. Además, aprenderán a aplicar estrategias avanzadas de recolección y análisis de datos en medios digitales, adquiriendo herramientas esenciales para comprender y analizar los cambios profundos en la comunicación contemporánea. Además, los periodistas profundizarán en herramientas clave para la investigación, comenzando con el análisis de perspectivas y paradigmas metodológicos, fundamentales para estructurar estudios sólidos y bien fundamentados.

Por otro lado, este programa contará con la disruptiva metodología del *Relearning* impulsado por TECH, en un entorno de aprendizaje completamente online. Esto le permitirá al profesional desarrollar sus competencias de forma individual, sin horarios fijos y de manera asincrónica. Así, todo el proceso de aprendizaje se realizará de manera más efectiva, garantizando que los conocimientos adquiridos tengan un impacto significativo en su carrera profesional.





“

*Evaluarás las diferentes tendencias y metodologías emergentes en la Investigación de las Ciencias de la Comunicación”*

# 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

En esta Maestría Oficial Universitaria, el plan de estudios se compondrá por los fundamentos de la investigación en comunicación, iniciando con el análisis de perspectivas y paradigmas, las fases de una investigación científica y sus herramientas, además de la aplicación de métodos específicos en cine, televisión y medios digitales. A lo largo del programa, los alumnos profundizarán en la ética del comunicador, desarrollando habilidades para la toma de decisiones informadas y responsables. Asimismo, el temario abordará el papel de la opinión pública, el manejo de crisis comunicativas y los desafíos que los entornos digitales imponen a los profesionales de la comunicación.



*Un temario  
completo y bien  
desarrollado*

“

*Capacítate en la Investigación periodística, con la ayuda de un plan de estudios diseñado para posicionarte de manera estratégica en el mundo de la Comunicación”*

Además de los contenidos innovadores del plan de estudios, el programa se estructura en una metodología completamente online, que permite a los estudiantes aprender de manera flexible y asincrónica. Este enfoque se enriquece con actividades y ejercicios prácticos, acceso a materiales complementarios, clases magistrales y presentaciones multimedia. Estos recursos facilitan el abordaje de temas complejos y crean una dinámica de aprendizaje efectiva, asegurando que el alumnado adquiera las competencias necesarias de forma integral y comprensible.

“ *Prepárate para contribuir en el campo investigativo, gracias a una amplia biblioteca de innovadores recursos multimedia con la que cuenta TECH”*

### **Dónde, cuándo y cómo se imparte**

Esta Maestría 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 Maestría con RVOE, el alumnado dispondrá de 10 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 21 meses de estudio.

<b>Asignatura 1</b>	Perspectivas y paradigmas en metodología de la Investigación
<b>Asignatura 2</b>	Investigación aplicada al cine, la televisión y nuevos medios
<b>Asignatura 3</b>	Ética y toma de decisiones para comunicadores
<b>Asignatura 4</b>	El poder de la opinión y la crisis de la Comunicación
<b>Asignatura 5</b>	Entornos digitales y el proceso de la Comunicación
<b>Asignatura 6</b>	Tendencias en Investigación en Comunicación
<b>Asignatura 7</b>	Soportes actuales de la Comunicación
<b>Asignatura 8</b>	La investigación y su difusión
<b>Asignatura 9</b>	Liderazgo reflexivo en Comunicación
<b>Asignatura 10</b>	Proyecto final

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

### Asignatura 1. Perspectivas y paradigmas en metodología de la Investigación

- 1.1. ¿Qué es la Investigación?
  - 1.1.1. Concepto
  - 1.1.2. Características
  - 1.1.3. Tipos
  - 1.1.4. Diferencias
- 1.2. Fases de una Investigación científica
  - 1.2.1. Concepto
  - 1.2.2. Procesos implicados en cada una
  - 1.2.3. Herramientas de cada fase
  - 1.2.4. Análisis de ejemplos
- 1.3. Paradigmas de Investigación
  - 1.3.1. Positivista
  - 1.3.2. Constructivista
  - 1.3.3. Socio-crítico
  - 1.3.4. Interpretativo
- 1.4. Investigación cualitativa
  - 1.4.1. Concepto
  - 1.4.2. Características
  - 1.4.3. Herramientas e instrumentos
  - 1.4.4. Diferencias con otros enfoques
- 1.5. Investigación cuantitativa
  - 1.5.1. Concepto
  - 1.5.2. Características
  - 1.5.3. Herramientas e instrumentos
  - 1.5.4. Explicación y causalidad
- 1.6. La encuesta
  - 1.6.1. Concepto
  - 1.6.2. Características
  - 1.6.3. Tipos
  - 1.6.4. Construcción de instrumentos
- 1.7. El cuestionario
  - 1.7.1. Concepto
  - 1.7.2. Características
  - 1.7.3. Tipos
  - 1.7.4. Construcción de instrumentos
- 1.8. Elaboración de instrumentos
  - 1.8.1. Dimensiones
  - 1.8.2. Indicadores
  - 1.8.3. Componentes básicos
  - 1.8.4. Validación
- 1.9. Entrevista en profundidad
  - 1.9.1. Concepto
  - 1.9.2. Características
  - 1.9.3. Tipos
  - 1.9.4. Construcción de instrumentos
- 1.10. Grupos focalizados
  - 1.10.1. Definición
  - 1.10.2. Guión de preguntas
  - 1.10.3. Tipos
  - 1.10.4. Diseño





## Asignatura 2. Investigación aplicada al cine, la televisión y nuevos medios

- 2.1. La Investigación audiovisual
  - 2.1.1. Observación
  - 2.1.2. Etnografía
  - 2.1.3. Lenguaje audiovisual
- 2.2. Líneas de Investigación
  - 2.2.1. Estética y representaciones sociales
  - 2.2.2. Realidad y ficción
  - 2.2.3. Gestión cultural audiovisual
  - 2.2.4. Expresiones culturales y diversidad
- 2.3. Narrativa transmedia
  - 2.3.1. Concepto
  - 2.3.2. Características
  - 2.3.3. Principios básicos
  - 2.3.4. Desafíos de la narrativa transmedia
- 2.4. Nuevas formas de consumo de información
  - 2.4.1. Tecnologías conscientes
  - 2.4.2. Las aplicaciones "espía"
  - 2.4.3. Identidad digital
  - 2.4.4. Internet de las cosas
- 2.5. Teorías de la comunicación transmedia
  - 2.5.1. Origen
  - 2.5.2. Marca
  - 2.5.3. Promoción comercial
  - 2.5.4. Narrativa
- 2.6. Cambio cultural y nuevos medios
  - 2.6.1. Cambio cultural/cambio mediático
  - 2.6.2. Portales, buscadores y directorios
  - 2.6.3. Medios de participación
  - 2.6.4. Contracultura y cultura digital

- 2.7. Audiencias. Cambios en los modelos de consumo
  - 2.7.1. Descripción
  - 2.7.2. Clasificación
  - 2.7.3. El consumo informativo
  - 2.7.4. Análisis del consumo informativo
- 2.8. Mediamorfosis
  - 2.8.1. ¿Cómo cambia la industria?
  - 2.8.2. Evolución-Involución
  - 2.8.3. 1er, 2da y 3era mediamorfosis
  - 2.8.4. La inmediatez de lo mediático
- 2.9. Análisis comparativo en los mass media
  - 2.9.1. Interacción
  - 2.9.2. Utilidad
  - 2.9.3. Soportes
  - 2.9.4. Público receptor
- 2.10. Tecnología y cambio social
  - 2.10.1. Conceptos
  - 2.10.2. Características
  - 2.10.3. De Gutenberg a Facebook
  - 2.10.4. Determinismo tecnológico

### Asignatura 3. Ética y toma de decisiones para comunicadores

- 3.1. La ética
  - 3.1.1. Concepto
  - 3.1.2. Objeto de la ética
  - 3.1.3. Valor de la ética
  - 3.1.4. Ética y moral
- 3.2. La ética del comunicador
  - 3.2.1. Las responsabilidades profesionales
  - 3.2.2. La veracidad
  - 3.2.3. La objetividad
  - 3.2.4. El secreto profesional y el respeto a la intimidad

- 3.3. Toma de decisiones
  - 3.3.1. Concepto
  - 3.3.2. Procesos involucrados
  - 3.3.3. Tipos de decisiones
  - 3.3.4. Requisitos de la toma de decisiones
- 3.4. Dilemas éticos de la comunicación contemporánea
  - 3.4.1. Acoso cibernético
  - 3.4.2. Límites de información
  - 3.4.3. Plagio
  - 3.4.4. Minorías y discriminación
- 3.5. Riesgos y oportunidades del razonamiento ético
  - 3.5.1. Origen
  - 3.5.2. Consecuencias
  - 3.5.3. Principales escenarios
  - 3.5.4. Análisis de casos
- 3.6. La argumentación y la ética
  - 3.6.1. Concepto
  - 3.6.2. Características
  - 3.6.3. Elementos de la argumentación
  - 3.6.4. Estrategias de argumentación
- 3.7. Microcomunicación y ética
  - 3.7.1. Origen
  - 3.7.2. Consecuencias
  - 3.7.3. Principales escenarios
  - 3.7.4. Análisis de casos
- 3.8. Los involucrados de la comunicación
  - 3.8.1. Concepto
  - 3.8.2. Stakeholders primarios
  - 3.8.3. Stakeholders secundarios
  - 3.8.4. Teoría de stakeholders

- 3.9. Integración de la ética en la toma de decisiones
  - 3.9.1. Normas y principios en la toma de decisiones
  - 3.9.2. Proceso de toma de decisiones
  - 3.9.3. Factores que influyen en la toma de decisiones
  - 3.9.4. Criterios de las decisiones éticas
- 3.10. Retos de la ética contemporánea
  - 3.10.1. La ética y la diversidad
  - 3.10.2. La ética y la libertad humana
  - 3.10.3. La ética y los valores
  - 3.10.4. La ética, el fin y los medios

#### Asignatura 4. El poder de la opinión y la crisis de la Comunicación

- 4.1. Concepto de opinión
  - 4.1.1. Elementos
  - 4.1.2. Conceptos relacionados
  - 4.1.3. Opinión y tendencias
  - 4.1.4. Análisis de una opinión
- 4.2. Opinión Vs especulación
  - 4.2.1. Elementos
  - 4.2.2. Conceptos relacionados
  - 4.2.3. Opinión y tendencias
  - 4.2.4. Análisis de casos
- 4.3. Bases de la opinión
  - 4.3.1. Bases Psicológicas de la opinión
  - 4.3.2. ¿Cómo se forma la opinión?
  - 4.3.3. Ejemplos de opinión
  - 4.3.4. Marco normativo de la opinión
- 4.4. Discurso en comunicación
  - 4.4.1. Concepto
  - 4.4.2. Elementos del discurso
  - 4.4.3. Discurso y medios
  - 4.4.4. El Discurso y el contexto

- 4.5. Opinión y minorías
  - 4.5.1. Concepto
  - 4.5.2. Manejo político de la opinión
  - 4.5.3. Opinión y género
  - 4.5.4. Opinión y opinión pública
- 4.6. Verdad y posverdad
  - 4.6.1. Conceptos
  - 4.6.2. Características
  - 4.6.3. Contexto en el que surge la posverdad
  - 4.6.4. Posverdad e ideología
- 4.7. Crisis de la Comunicación
  - 4.7.1. Concepto
  - 4.7.2. Causas
  - 4.7.3. Consecuencias
  - 4.7.4. ¿Cómo enfrentarla?
- 4.8. ¿Democracia del conocimiento o estandarización de la ignorancia?
  - 4.8.1. Conceptos básicos
  - 4.8.2. Espacios para el conocimiento
  - 4.8.3. Niveles de conocimiento en la sociedad contemporánea
  - 4.8.4. Compromisos a asumir
- 4.9. Reacción y acción ante la crisis de la Comunicación
  - 4.9.1. Acciones proactivas
  - 4.9.2. Acciones reactivas
  - 4.9.3. Autoridades y referentes
  - 4.9.4. Conceptos
- 4.10. Autoridades y referentes
  - 4.10.1. Características
  - 4.10.2. Criterios de valoración

## Asignatura 5. Entornos digitales y el proceso de la comunicación

- 5.1. Entornos digitales y la nueva arquitectura de la información
  - 5.1.1. Conceptos básicos
  - 5.1.2. Características
  - 5.1.3. Recursos
  - 5.1.4. Importancia de los entornos digitales
- 5.2. Oportunidades de comunicación en los entornos digitales
  - 5.2.1. Ventajas
  - 5.2.2. Desventajas
  - 5.2.3. Uso de los entornos
  - 5.2.4. La web 2.0
- 5.3. La calidad en los soportes
  - 5.3.1. Características
  - 5.3.2. Contexto de cada soporte
  - 5.3.3. Uso del lenguaje
  - 5.3.4. Estructura de cada soporte
- 5.4. Los rankings en los entornos digitales
  - 5.4.1. Mapa de producto
  - 5.4.2. Organizaciones supervisoras
  - 5.4.3. Criterios de evaluación
  - 5.4.4. Estándares de calidad
- 5.5. Marco legal. Limitaciones
  - 5.5.1. Código de conducta
  - 5.5.2. Propiedad intelectual
  - 5.5.3. Ley de Protección de datos
  - 5.5.4. Estudio de casos
- 5.6. Calidad de contenidos
  - 5.6.1. Concepto
  - 5.6.2. Características
  - 5.6.3. Estrategias
  - 5.6.4. Generación de contenido de calidad
- 5.7. Algoritmos de Google. Funcionamiento y características
  - 5.7.1. Pinguino
  - 5.7.2. Panda
  - 5.7.3. Paloma
  - 5.7.4. Colibrí
- 5.8. Ciclo de vida de las producciones en entornos digitales
  - 5.8.1. Soportes de vigencia temporal
  - 5.8.2. Identificando el ciclo
  - 5.8.3. La ecología cultural
  - 5.8.4. La ubicuidad de la información
- 5.9. Modelos de negocio en entornos digitales
  - 5.9.1. Modelos existentes
  - 5.9.2. Características del entorno
  - 5.9.3. Propuestas de valor
  - 5.9.4. Estrategias efectivas
- 5.10. Casos de éxito
  - 5.10.1. Objetivos
  - 5.10.2. Introducción
  - 5.10.3. Asociaciones y portales de interés en el campo de la orientación
  - 5.10.4. Bitácoras
  - 5.10.5. Wikis
  - 5.10.6. Redes sociales de profesionales o instituciones de orientación académico-laboral
  - 5.10.7. Grupos de Facebook
  - 5.10.8. Apps asociadas al campo de la orientación
  - 5.10.9. Hashtags interesantes
  - 5.10.10. Otros recursos TIC
  - 5.10.11. Entornos personales de aprendizaje en orientación; el orienta PLE 5

**Asignatura 6. Tendencias en investigación en comunicación**

- 6.1. La Comunicación en el siglo XXI
  - 6.1.1. Contexto
  - 6.1.2. Características
  - 6.1.3. Retos de la Comunicación en el siglo XXI
  - 6.1.4. Amenazas de la Comunicación en el siglo XXI
- 6.2. Tendencias generales
  - 6.2.1. Contenido rápido para usuarios rápidos
  - 6.2.2. La movilidad: el nuevo espacio de interacción
  - 6.2.3. Las Aplicaciones como soporte
  - 6.2.4. Podcast: una alternativa para comunicar
- 6.3. Retrospectiva histórica de la investigación en comunicación
  - 6.3.1. Orígenes
  - 6.3.2. Representantes
  - 6.3.3. Escuelas y tendencias
  - 6.3.4. Aportes
- 6.4. Nuevos temas. Nuevas teorías
  - 6.4.1. Teorías normativas
  - 6.4.2. Clasificaciones
  - 6.4.3. Teoría autoritaria
  - 6.4.4. La teoría liberal
- 6.5. La investigación en comunicación en mapas
  - 6.5.1. Clasificación por líneas de Investigación
  - 6.5.2. Representantes por países
  - 6.5.3. Principales grupos
  - 6.5.4. Principales productos
- 6.6. Lo último en Investigación en publicidad
  - 6.6.1. Investigación socioeconómica y temas relacionados
  - 6.6.2. Investigación del mensaje
  - 6.6.3. Investigación de medios y Audiencias
  - 6.6.4. Comparación

- 6.7. Lo último en Investigación en medios informativos
  - 6.7.1. Las audiencias como tópico
  - 6.7.2. Las agencias de publicidad
  - 6.7.3. Las agencias de medios
  - 6.7.4. Consultores y asesores
- 6.8. Lo último en Investigación en Relaciones Públicas
  - 6.8.1. Las organizaciones y la Comunicación
  - 6.8.2. La investigación introspectiva
  - 6.8.3. La investigación aplicada
  - 6.8.4. Investigación estratégica
- 6.9. Referentes en Investigación. Actores
  - 6.9.1. ¿Quiénes son?
  - 6.9.2. ¿Dónde están?
  - 6.9.3. ¿Qué hacen?
  - 6.9.4. ¿Cuáles son sus aportes?
- 6.10. Referentes en investigación. Proyectos
  - 6.10.1. ¿Quiénes son?
  - 6.10.2. ¿Dónde están?
  - 6.10.3. ¿Qué hacen?
  - 6.10.4. ¿Cuáles son sus aportes?

**Asignatura 7. Soportes actuales de la comunicación**

- 7.1. Facebook
  - 7.1.1. Origen
  - 7.1.2. Características
  - 7.1.3. Uso del lenguaje
  - 7.1.4. Estructura
- 7.2. Arquitectura de la información para Facebook
  - 7.2.1. Lenguaje
  - 7.2.2. Códigos
  - 7.2.3. Imágenes
  - 7.2.4. Jerarquía de contenido

- 7.3. Instagram
  - 7.3.1. Origen
  - 7.3.2. Características
  - 7.3.3. Uso del lenguaje
  - 7.3.4. Estructura
- 7.4. Arquitectura de la información para Instagram
  - 7.4.1. Lenguaje
  - 7.4.2. Códigos
  - 7.4.3. Imágenes
  - 7.4.4. Jerarquía de contenido
- 7.5. Twitter
  - 7.5.1. Origen
  - 7.5.2. Características
  - 7.5.3. Uso del lenguaje
  - 7.5.4. Estructura
- 7.6. Arquitectura de la información para Twitter
  - 7.6.1. Lenguaje
  - 7.6.2. Códigos
  - 7.6.3. Imágenes
  - 7.6.4. Jerarquía de contenido
- 7.7. Youtube
  - 7.7.1. Origen
  - 7.7.2. Características
  - 7.7.3. Uso del lenguaje
  - 7.7.4. Estructura
- 7.8. Arquitectura de la Información para Youtube
  - 7.8.1. Lenguaje
  - 7.8.2. Códigos
  - 7.8.3. Imágenes
  - 7.8.4. Jerarquía de Contenido

- 7.9. LinkedIn
  - 7.9.1. Origen
  - 7.9.2. Características
  - 7.9.3. Uso del lenguaje
  - 7.9.4. Estructura
- 7.10. Arquitectura de la información para LinkedIn
  - 7.10.1. Lenguaje
  - 7.10.2. Códigos
  - 7.10.3. Imágenes
  - 7.10.4. Jerarquía de contenido

## Asignatura 8. La investigación y su difusión

- 8.1. Las publicaciones científicas
  - 8.1.1. Concepto
  - 8.1.2. Tipos
  - 8.1.3. Clasificación
  - 8.1.4. Criterios de selección
- 8.2. Referentes actuales en publicaciones en Comunicación
  - 8.2.1. Índices
  - 8.2.2. Criterios de selección
- 8.3. La Investigación científica en Comunicación y su impacto en el escenario internacional
  - 8.3.1. Principales escenarios para la Investigación
  - 8.3.2. Características
  - 8.3.3. Condiciones exigidas
  - 8.3.4. Importancia de la proyección en esos escenarios
- 8.4. Técnicas y estrategias de redacción. ¿Cómo escribir artículos científicos?
  - 8.4.1. Estructura
  - 8.4.2. Secciones y apartados
  - 8.4.3. Lenguaje académico
  - 8.4.4. Estrategias de redacción

- 8.5. ¿Cómo visibilizar y difundir los resultados de nuestra Investigación?
  - 8.5.1. Escenarios
  - 8.5.2. Estrategias de difusión
  - 8.5.3. Revistas de Investigación
  - 8.5.4. Eventos adecuados para la difusión de la Investigación
- 8.6. Publicaciones en inglés
  - 8.6.1. Conceptos
  - 8.6.2. Características
  - 8.6.3. Diferencias con publicaciones no anglosajonas
  - 8.6.4. ¿Cómo escribir para publicar en revistas en inglés?
- 8.7. Congresos, Seminarios y escenarios de difusión
  - 8.7.1. Conceptos
  - 8.7.2. Tipos
  - 8.7.3. Congresos depredadores
  - 8.7.4. ¿Cómo escoger el congreso/seminario adecuado?
- 8.8. La Investigación y las O. N. G. Fundaciones, agencias y opciones de financiamiento
  - 8.8.1. Los proyectos de Investigación como plataforma
  - 8.8.2. Convocatorias por líneas de Investigación
  - 8.8.3. Financiamiento y difusión: 2 pájaros de un sólo tiro
  - 8.8.4. Principales agencias y su funcionamiento
- 8.9. Argumentar para convencer en Investigaciones científicas
  - 8.9.1. ¿Qué es la argumentación?
  - 8.9.2. Escribir y argumentar para publicar
  - 8.9.3. Validez y pertinencia en la argumentación
  - 8.9.4. Fisonomía de un artículo de Investigación científica
- 8.10. El artículo de investigación. Estructura y variantes
  - 8.10.1. Conceptos
  - 8.10.2. Estructura
  - 8.10.3. Lenguaje
  - 8.10.4. Análisis de ejemplos

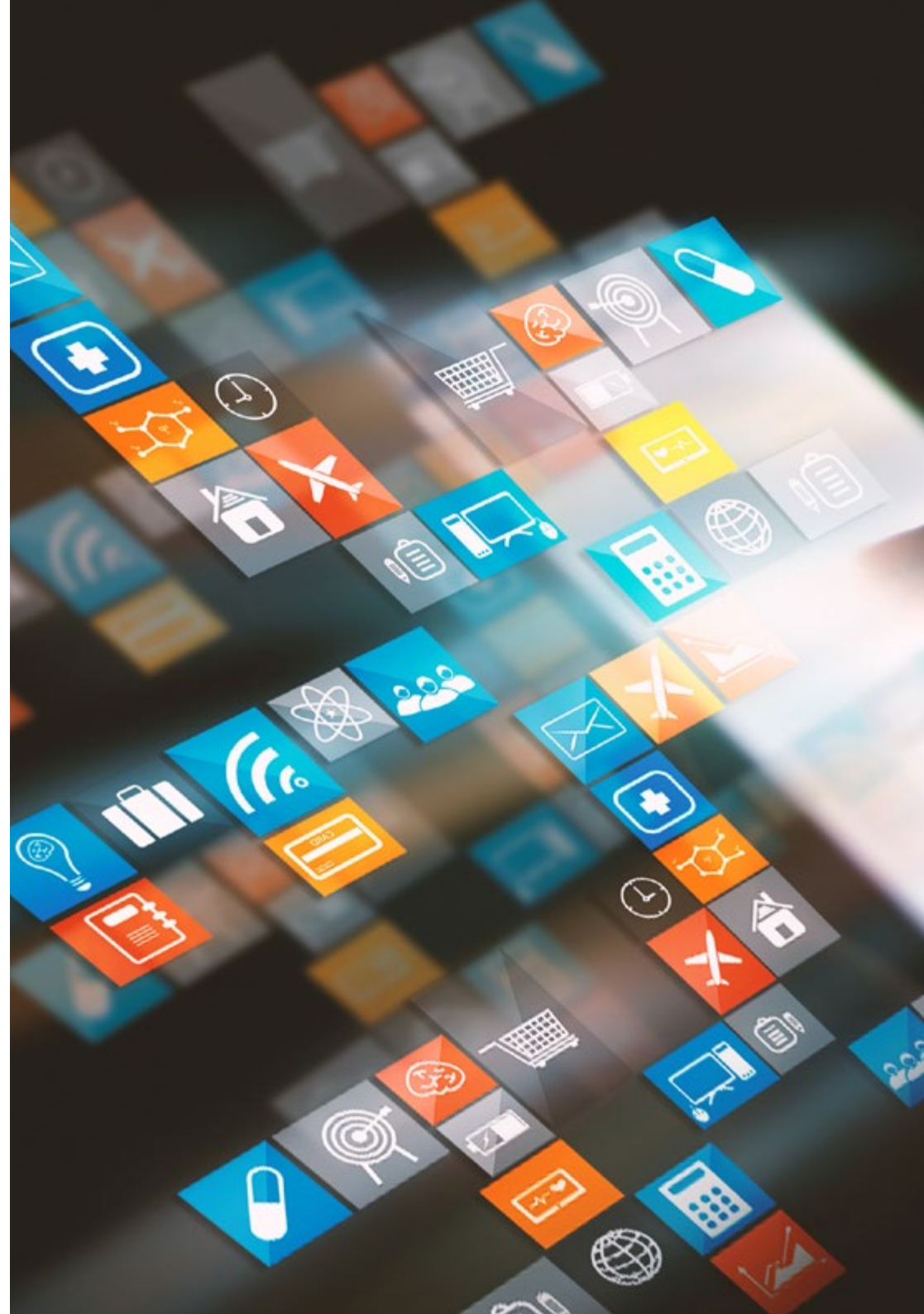
## Asignatura 9. Liderazgo reflexivo en comunicación

- 9.1. El líder reflexivo en Comunicación
  - 9.1.1. Conceptos
  - 9.1.2. Características
  - 9.1.3. Funciones
  - 9.1.4. Importancia
- 9.2. El líder reflexivo en Investigación
  - 9.2.1. Conceptos
  - 9.2.2. Características
  - 9.2.3. Funciones
  - 9.2.4. Importancia
- 9.3. El liderazgo reflexivo como competencia
  - 9.3.1. Definición
  - 9.3.2. Importancia
  - 9.3.3. Niveles de dominio
  - 9.3.4. Indicadores de desempeño
- 9.4. Manejo de equipos de Investigación
  - 9.4.1. Estrategias
  - 9.4.2. Modelo de organización
  - 9.4.3. Negociar dentro de un grupo
  - 9.4.4. Criterios de evaluación
- 9.5. El trabajo en equipo como competencia
  - 9.5.1. Definición
  - 9.5.2. Importancia
  - 9.5.3. Niveles de dominio
  - 9.5.4. Indicadores de desempeño
- 9.6. Ideas y Estrategias para el liderazgo reflexivo
  - 9.6.1. Concepto de líder
  - 9.6.2. Concepto de líder reflexivo
  - 9.6.3. Características
  - 9.6.4. Estrategias del líder reflexivo

- 9.7. Herramientas para el diagnóstico de problemas
  - 9.7.1. Diagnóstico
  - 9.7.2. Valoración del contexto
  - 9.7.3. Mecanismos de diagnóstico
  - 9.7.4. Importancia de un buen diagnóstico
- 9.8. Herramientas para la resolución de problemas
  - 9.8.1. Concepto
  - 9.8.2. Características
  - 9.8.3. Herramientas
  - 9.8.4. Importancia de la resolución de problemas como competencia
- 9.9. Resiliencia en la resolución de problemas
  - 9.9.1. Concepto
  - 9.9.2. Características
  - 9.9.3. Herramientas
  - 9.9.4. Importancia de la resolución de problemas como competencia
  - 9.9.5. El líder reflexivo como coach
- 9.10. El líder reflexivo como entrenador
  - 9.10.1. Características
  - 9.10.2. Importancia
  - 9.10.3. Principales herramientas de un coach

### Asignatura 10. Proyecto final

- 10.1. El diseño de una Investigación
  - 10.1.1. Concepto
  - 10.1.2. Elementos del diseño
  - 10.1.3. Tipos de diseño
  - 10.1.4. Análisis de ejemplos
- 10.2. Planteamiento del problema
  - 10.2.1. Concepto
  - 10.2.2. Elementos del planteamiento del problema
  - 10.2.3. Tipos de diseño
  - 10.2.4. Análisis de ejemplos







- 10.3. Selección del paradigma de Investigación
  - 10.3.1. Concepto de paradigma de Investigación
  - 10.3.2. Tipos
  - 10.3.3. Herramientas de cada uno
  - 10.3.4. Criterios de selección
- 10.4. Los Objetivos de la Investigación
  - 10.4.1. Concepto de objetivos
  - 10.4.2. Tipos de objetivos
  - 10.4.3. Redacción de objetivos
  - 10.4.4. Análisis de ejemplos
- 10.5. Metodología
  - 10.5.1. Concepto de metodología
  - 10.5.2. Tipos de metodología
  - 10.5.3. Criterios de selección
  - 10.5.4. Análisis de ejemplos
- 10.6. Instrumentos
  - 10.6.1. Conceptos
  - 10.6.2. Instrumentos de cada paradigma
  - 10.6.3. Características
  - 10.6.4. Criterios de selección según objetivos y paradigma de Investigación
- 10.7. Marco referencial y teórico
  - 10.7.1. Concepto de marco referencial
  - 10.7.2. Concepto de marco teórico
  - 10.7.3. Diferencias
  - 10.7.4. Elementos primordiales
- 10.8. El Contexto de la Investigación
  - 10.8.1. Concepto
  - 10.8.2. Identificación de sus elementos fundamentales
  - 10.8.3. Importancia de su interpretación
  - 10.8.4. Análisis de ejemplos
- 10.9. Los resultados
  - 10.9.1. Concepto
  - 10.9.2. Redacción
  - 10.9.3. Jerarquía de los resultados
  - 10.9.4. Análisis de ejemplos

# 04

## Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Maestría 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 Maestría 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 Maestría Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Maestría Oficial Universitaria.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:

“

*Matricúlate en la Maestría 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 Maestría 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 Maestría Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Maestría 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@techtitute.com](mailto:convalidaciones@techtitute.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 Maestría 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.

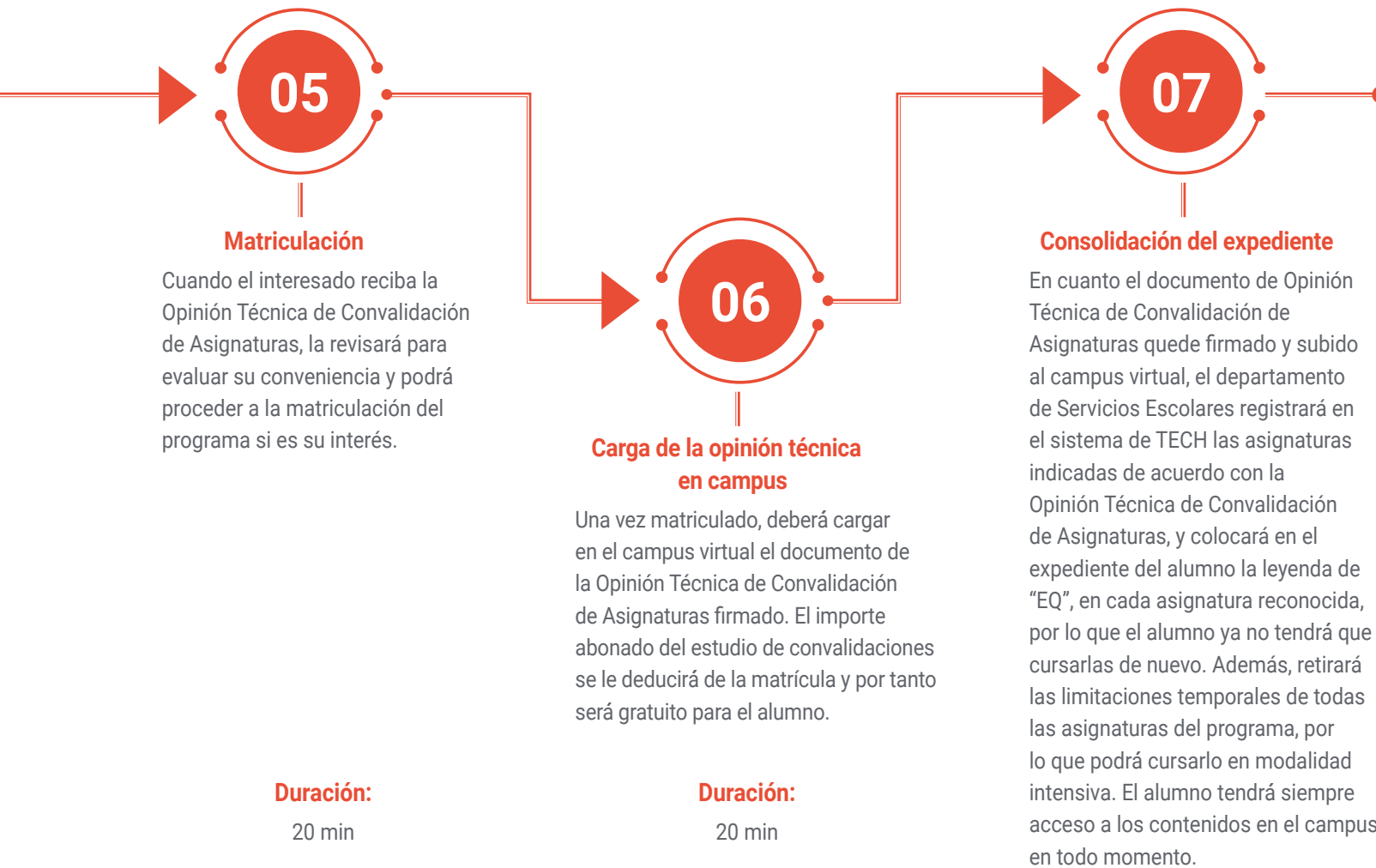


## ¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

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 Maestría Oficial Universitaria en Investigación en Ciencias de la Comunicación tiene como objetivo principal capacitar a especialistas capaces de desarrollar estudios avanzados en comunicación, utilizando metodologías y herramientas actualizadas para analizar fenómenos mediáticos en entornos digitales y tradicionales. A lo largo del programa, el alumnado adquirirá competencias clave, como el pensamiento crítico para evaluar contenidos, la adaptabilidad en contextos de cambio constante y la capacidad de liderazgo reflexivo en proyectos de investigación. Asimismo, fortalecerán habilidades blandas como la resolución de problemas, la comunicación efectiva y la ética profesional, esenciales para enfrentar los desafíos en el ámbito comunicacional contemporáneo.

*Living  
SUCCESS*







“

*Adquiere competencias clave en el entorno profesional de la comunicación, destacando con habilidades en la resolución de problemas y en la comunicación efectiva”*



## Objetivos generales

- ♦ Analizar las principales perspectivas y paradigmas de la metodología de la investigación en comunicación, comprendiendo sus fundamentos teóricos y aplicaciones
- ♦ Aplicar herramientas de investigación específicas para cine, televisión y nuevos medios, evaluando las características y el impacto de cada plataforma en la audiencia
- ♦ Desarrollar un criterio ético sólido para la toma de decisiones en comunicación, considerando los desafíos contemporáneos y los dilemas éticos
- ♦ Examinar la influencia de la opinión pública y la gestión de crisis en la comunicación, así como su impacto en contextos sociales y mediáticos
- ♦ Investigar los entornos digitales y sus procesos comunicativos, identificando oportunidades de interacción y análisis en plataformas digitales
- ♦ Identificar tendencias y enfoques innovadores en la Investigación en comunicación, considerando las transformaciones tecnológicas y socioculturales actuales
- ♦ Evaluar los diferentes soportes de comunicación actuales, analizando su estructura, uso del lenguaje y potencial en estrategias de difusión
- ♦ Desarrollar proyectos de investigación comunicacional que integren conocimientos teóricos y prácticos, desde el diseño metodológico hasta la difusión de los resultados





## Objetivos específicos

---

### Asignatura 1. Perspectivas y paradigmas en metodología de la investigación

- ♦ Comprender el concepto de investigación, sus fases y clasificaciones, será capaz de explicar los paradigmas que existen alrededor de ella
- ♦ Determinar los principales tipos de investigación que se pueden utilizar en ciencias de la comunicación de acuerdo a los fines perseguidos

### Asignatura 2. Investigación aplicada al cine, la televisión y nuevos medios

- ♦ Conocer las distintas maneras en que actualmente se aplica la investigación en comunicación, así como las líneas que pueden seguirse, será capaz de explicar y utilizar conceptos como transmedia y mediamorfosis
- ♦ Entender la importancia de la medición de audiencias y consumo

### Asignatura 3. Ética y toma de decisiones para comunicadores

- ♦ Entender los dilemas que enfrenta la conducta ética en la comunicación contemporánea
- ♦ Comprender la importancia de conducirse con objetividad y apego a la verdad, siendo capaz de crear estrategias para la toma de decisiones que consideren y protejan esos preceptos éticos

#### **Asignatura 4. El poder de la opinión y la crisis de la comunicación**

- ♦ Analizar el concepto de opinión y su relación con la especulación y el manejo discursivo
- ♦ Entender cómo estos elementos influyen en el desarrollo de la llamada posverdad y derivan en una crisis de la comunicación

#### **Asignatura 5. Entornos digitales y el proceso de la Comunicación**

- ♦ Entender el proceso comunicativo en los entornos digitales actuales, entendiendo las oportunidades que ofrecen, sus características y estructura básica
- ♦ Diferenciar el contenido de calidad en entornos digitales y conocerá el marco legal que lo regula

#### **Asignatura 6. Tendencias en investigación en Comunicación**

- ♦ Analizar las características y tendencias de la comunicación actual, así como los temas y teorías que han surgido como forma de explicar las interrogantes que plantea
- ♦ Identificar a los investigadores e investigaciones más relevantes en temas comunicativos y sus aplicaciones en relaciones públicas, publicidad y medios de información

#### **Asignatura 7. Soportes actuales de la comunicación**

- ♦ Entender el surgimiento y los usos de las distintas plataformas de comunicación utilizadas en la actualidad
- ♦ Dominar las estrategias para estructurar la información en cada caso para lograr el mayor impacto





### **Asignatura 8. La investigación y su difusión**

- ♦ Conocer diversas estrategias que le permitan que su(s) investigación(es) se visibilicen y generen el mayor impacto posible
- ♦ Identificar las publicaciones científicas en el área, las técnicas de redacción que deben seguirse para cumplir con los lineamientos y las formas de estructurar y argumentar para logra un mayor impacto

### **Asignatura 9. Liderazgo reflexivo en Comunicación**

- ♦ Analizar el papel de los líderes en comunicación y la importancia de que este liderazgo esté acompañado de reflexividad ante la realidad social
- ♦ Proponer un ambiente de trabajo óptimo para perseguir los objetivos de la investigación y sea capaz de gestionar y resolver problemas

### **Asignatura 10. Proyecto final**

- ♦ Realizar un trabajo de Investigación en el área de Ciencias de la Comunicación, aplicando el diseño de investigación, planteamiento y estableciendo los paradigmas que la fundamentan
- ♦ Proponer los objetivos perseguidos, a metodología e instrumentos pertinentes y desarrollando el marco teórico y referencial

# 06

## Salidas profesionales

Los egresados de la Maestría Oficial Universitaria podrán acceder a diversas salidas laborales en ámbitos tanto académicos como profesionales. Podrán desempeñarse como investigadores en universidades, centros de estudio y laboratorios de medios, así como en agencias de comunicación y marketing, desarrollando estudios de mercado y análisis de audiencias. También tendrán oportunidades en departamentos de comunicación corporativa, consultoras y medios de comunicación, donde aplicarán sus conocimientos para gestionar proyectos de comunicación estratégica y análisis de tendencias. Además, estarán capacitados para asesorar y dirigir investigaciones en organismos públicos y privados del sector cultural y educativo.

*Upgrading...*



“

*Desempeñate en diferentes áreas laborales, desde el Marketing y Publicidad, hasta un ámbito más académico, en el que destacarás por Investigaciones científicas”*

### Perfil del egresado

El perfil del egresado tendrá sólidos conocimientos en metodologías de Investigación aplicadas a medios tradicionales y digitales, además de una comprensión profunda de los paradigmas actuales en comunicación. Contará con habilidades para diseñar y desarrollar proyectos de investigación avanzados, aplicando criterios éticos y estrategias innovadoras. Su perfil destaca por competencias en pensamiento crítico, liderazgo reflexivo y adaptabilidad, necesarias para analizar fenómenos mediáticos y generar soluciones comunicativas efectivas. Este profesional podrá desempeñarse en entornos académicos, corporativos o de consultoría, aplicando sus conocimientos en comunicación estratégica, análisis de audiencias y estudios de mercado.

*Trabajarás en proyectos de Investigación de la mano de importantes universidades o centros académicos de corte científico, como egresado de esta increíble titulación.*

- ♦ **Capacidad de análisis crítico:** Los alumnos desarrollan la habilidad para analizar de manera crítica fenómenos comunicativos, identificando patrones, problemas y oportunidades en el campo de la comunicación a través de marcos teóricos y metodológicos sólidos.
- ♦ **Gestión de Proyectos de Investigación:** Una competencia clave es la capacidad para diseñar, planificar y gestionar proyectos de Investigación en Ciencias de la Comunicación, asegurando una ejecución eficiente y el cumplimiento de objetivos académicos y profesionales.
- ♦ **Competencia digital en Investigación:** Los egresados son capaces de emplear herramientas digitales avanzadas en la recopilación, análisis y visualización de datos, así como en la gestión de bibliografía y la publicación en medios digitales.
- ♦ **Innovación en métodos de Investigación:** Los profesionales están capacitados para explorar y aplicar metodologías emergentes, como el análisis de big data y la Investigación en entornos digitales, para abordar los desafíos contemporáneos del campo comunicativo.





Después de realizar esta Maestría Oficial Universitaria, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Investigador en Comunicación:** Se encarga de diseñar y ejecutar estudios en áreas como comunicación digital, análisis de audiencias y efectos mediáticos.  
Responsabilidades: Colabora con universidades y centros de investigación, contribuyendo al desarrollo académico y a la generación de conocimientos en el ámbito comunicativo.
2. **Analista de Medios y Audiencias:** Especializado en el estudio de los patrones de consumo mediático y el comportamiento de las audiencias, este profesional trabaja en agencias de publicidad, marketing o empresas de medios.  
Responsabilidades: Utilizar herramientas de análisis para ofrecer insights que optimicen estrategias de comunicación.
3. **Consultor en Comunicación Corporativa:** Asesora a empresas y organizaciones en sus estrategias comunicativas internas y externas. Su labor incluye la investigación de tendencias.  
Responsabilidades: Implementar buenas prácticas de comunicación y la gestión de crisis, asegurando una comunicación efectiva y ética.
4. **Gestor de Proyectos de Comunicación Estratégica:** Responsable de liderar proyectos que involucren el análisis de datos, tendencias de mercado y audiencias.  
Responsabilidades: Trabaja en equipos interdisciplinarios, diseñando y aplicando estrategias de comunicación que generen impacto en el entorno digital y mediático.
5. **Director de Comunicación en Organizaciones Culturales y Educativas:** Supervisa y dirige las políticas de comunicación en instituciones culturales o educativas, asegurando la promoción de valores inclusivos y la difusión de mensajes adaptados a cada público objetivo.  
Responsabilidades: Su rol incluye coordinar campañas y proyectos de Comunicación y educación.

6. **Especialista en Comunicación y Responsabilidad Social Corporativa (RSC):** Diseña e implementa estrategias de Comunicación alineadas con los valores éticos y de sostenibilidad de una empresa.  
Responsabilidades: Se enfoca en fortalecer la relación con stakeholders y promover una imagen responsable de la organización en el entorno social.
7. **Coordinador de Investigación en Agencias de Marketing y Publicidad:** Lidera el equipo de investigación en agencias, analizando el impacto de las campañas, el comportamiento de los consumidores y la efectividad de las estrategias de marketing.  
Responsabilidades: Sus estudios informan las decisiones de marketing basadas en datos y favorecen la creación de campañas más efectivas y dirigidas.



*Un plan de estudios que te permitirá mantenerte a la vanguardia de las últimas innovaciones en Investigación en Ciencias de la Comunicación”*

### Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de este Máster Oficial Universitario de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a este ámbito del conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros 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 Maestría Oficial Universitaria, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu  
competencia  
lingüística*



“

*TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría 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 Maestría Oficial Universitaria”*

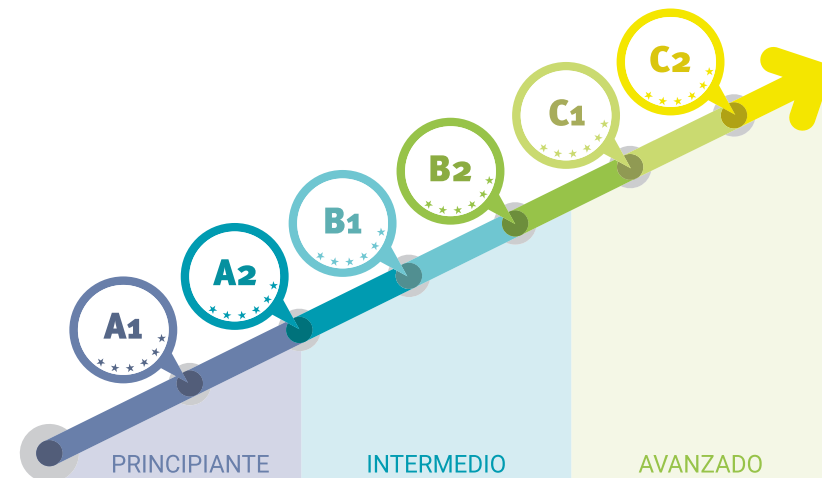




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- 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 Maestría 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 Maestría 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”



# 08

## 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.



# 09

## Cuadro docente

El equipo docente que lidera este programa está conformado por especialistas de alto nivel en el campo del periodismo y la comunicación, con una sólida trayectoria tanto en investigación como en práctica profesional. Los profesores cuentan con experiencia en medios tradicionales y digitales, y son expertos en análisis de audiencias, comunicación estratégica y ética profesional. Su conocimiento y dedicación garantizan una preparación integral y actualizada, brindando a los estudiantes las herramientas necesarias para sobresalir en el campo de la investigación en comunicación. Este equipo aporta una visión práctica y académica que enriquece el aprendizaje en cada etapa del programa.





“

*Contarás con el respaldo del equipo docente,  
conformado por auténticos expertos en el campo  
de la Investigación en Ciencias de la Comunicación”*

## Dirección



### **Dra. Del Valle Mejías, María Elena**

- Docente e Investigadora
- Creadora de contenido educativo, E-Learning y plataformas para Lever to clever solutions
- Doctora en Ciencias de la Educación. Universidad Pedagógica Experimental Libertador
- Posdoctorado en Semiótica y Pragmática. Universidad Complutense de Madrid
- Licenciada en Educación. Universidad Pedagógica Experimental Libertador
- Experta en E-learning, Plataformas y Contenidos
- Experta en Diseño instruccional por Competencias



# 10

## Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Investigación en Ciencias de la Comunicación 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 Maestría en  
Investigación en Ciencias de la Comunicación y  
da un paso adelante en tu carrera profesional”*

El plan de estudios de esta Maestría Oficial Universitaria en Investigación en Ciencias de la Comunicación se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20210628, de fecha 07/04/2021, 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:

**RVOE**

EDUCACIÓN SUPERIOR

[Ver documento RVOE](#)

“

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

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 Maestría 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 Doctorado** con el que progresar en la carrera académica.

Título: **Maestría en Investigación en Ciencias de la Comunicación**

No. de RVOE: **20210628**

Fecha de vigencia RVOE: **07/04/2024**

Modalidad: **100% online**

Duración: **21 meses**



# 11

## Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Investigación en Ciencias de la Comunicación** 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 **Maestría Oficial Universitaria en Investigación en Ciencias de la Comunicación** 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](mailto: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 Maestría 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”*

# 12

## Requisitos de acceso

La **Maestría Oficial Universitaria en Investigación en Ciencias de la Comunicación** de TECH Universidad cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ante 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 el contexto normativo vigente.



“

*Revisa los requisitos de acceso de esta Maestría Oficial Universitaria y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales”*

La norma establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Investigación en Ciencias de la Comunicación** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

Los candidatos interesados en cursar esta maestría oficial deben **haber finalizado los estudios de Licenciatura o nivel equivalente**. Haber obtenido el título será suficiente, sin importar a qué área de conocimiento pertenezca.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán obtener el grado de Maestría.

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 Universidad en la dirección de correo electrónico: [requisitosdeacceso@techtitute.com](mailto:requisitosdeacceso@techtitute.com).

*Cumple con los requisitos de acceso  
y consigue ahora tu plaza en esta  
Maestría Oficial Universitaria.*





“

*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

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de todas las universidades online. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin apuros ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.





“

*TECH Universidad ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Maestría Oficial Universitario 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 al curso académico sin esperas. Posteriormente, se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy práctica, cómoda y rápida. Sólo se deberán subir en el sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar en vigor 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 (documento de identificación oficial, pasaporte, acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- ♦ Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja, el estudiante podrá realizar sus consultas a través del correo: [procesodeadmission@techtute.com](mailto:procesodeadmission@techtute.com).



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



Nº de RVOE: 20210628

## Maestría Oficial Universitaria Investigación en Ciencias de la Comunicación

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **21 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **07/04/2021**

# Maestría Oficial Universitaria Investigación en Ciencias de la Comunicación

Nº de RVOE: 20210628

**RVOE**  
EDUCACIÓN SUPERIOR

**tech**  
universidad