

Maestría Oficial Universitaria Comunicación Transmedia

Nº de RVOE: 20231246

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

tech
universidad





Nº de RVOE: 20231246

Maestría Oficial Universitaria Comunicación Transmedia

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **10/05/2023**

Acceso web: www.techtute.com/mx/periodismo-comunicacion/maestria-universitaria/maestria-universitaria-comunicacion-transmedia

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. 24

05

Objetivos docentes

pág. 30

06

Salidas profesionales

pág. 36

07

Idiomas gratuitos

pág. 40

08

Metodología de estudio

pág. 44

09

Cuadro docente

pág. 54

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

La Comunicación Transmedia es una estrategia narrativa que se desarrolla a través de múltiples plataformas, creando una experiencia integrada y envolvente para el público. Este enfoque permite que cada medio aporte contenido único, complementando la historia principal y fomentando la interacción. Motivados por crear el programa ideal para quienes desean dominar las estrategias narrativas más innovadoras y relevantes en el entorno digital, TECH ha desarrollado esta titulación, con los aspectos más destacados. Este itinerario académico, impartido en modalidad 100% online, adentrará a los egresados en el diseño y desarrollo de proyectos transmedia, pudiendo conectar con las audiencias a través de múltiples plataformas con contenido atractivo y cohesivo. Con un enfoque práctico y actualizado, integrarán tecnologías emergentes y herramientas digitales para crear experiencias inmersivas.

Este es el momento, te estábamos esperando



“

¿Quieres marcar la diferencia en sectores como el entretenimiento, la publicidad y el periodismo? Esta Maestría Oficial Universitaria te impulsará a cumplir tus objetivos. ¡Y todo de forma 100% online!”

La Comunicación Transmedia es fundamental en la era digital, donde las audiencias interactúan a través de múltiples plataformas. Este enfoque permite contar historias de manera más dinámica y compleja, adaptándose a las características de cada medio para captar y mantener la atención del público. Es esencial en sectores como el entretenimiento, el Marketing y el periodismo, ya que ofrece experiencias inmersivas y personalizadas. Además, la transmedia fortalece la conexión emocional con las audiencias, lo que resulta clave para construir fidelidad y generar impacto.

A partir de esto, TECH presenta esta Maestría Oficial Universitaria en Comunicación Transmedia, que se distingue por ofrecer una capacitación integral que combinará creatividad, tecnología y estrategia. En este sentido, permitirá a los profesionales comprender y aplicar la narrativa transmedia para desarrollar proyectos que se desplieguen en múltiples plataformas, de forma coherente y atractiva. Con un enfoque en las últimas tendencias del mercado, se incluirán herramientas digitales avanzadas y estudios de caso que muestran el impacto real de la transmedia en diferentes sectores.

Asimismo, esta titulación se enfocará en desarrollar competencias técnicas y analíticas para la gestión de proyectos transmedia en entornos dinámicos y competitivos. Así, los periodistas podrán diseñar estrategias narrativas que potencien el *engagement* de las audiencias y maximicen el alcance de los contenidos en diferentes canales. Además, a través de un enfoque teórico-práctico, se fomentará la capacidad de adaptación a las tendencias emergentes en comunicación digital, impulsando la creatividad y el liderazgo en la creación de experiencias interactivas e innovadoras.

Adicionalmente, la modalidad 100% online ofrecerá una experiencia académica flexible y actualizada, ideal para trabajadores con agendas demandantes. A su vez, este itinerario implementará la metodología *Relearning*, una innovadora estrategia pedagógica que optimiza el aprendizaje mediante la repetición estratégica de conceptos clave, asegurando una asimilación natural y permanente de los contenidos.





“

Estarás preparado para liderar en áreas como el Marketing, el entretenimiento y el periodismo digital, a través de los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y académica”

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

El plan de estudios ofrecerá una capacitación integral en la creación, gestión y difusión de contenidos a través de múltiples plataformas. Así, los periodistas adquirirán conocimientos avanzados sobre narrativas transmedia, estrategias de *storytelling*, producción multimedia y análisis de audiencias, preparándose para destacar en un entorno comunicativo en constante evolución. Con un enfoque práctico y teórico, el temario abordará, tanto las herramientas digitales, como las tendencias actuales en la industria, garantizando que los egresados estén capacitados para desarrollar proyectos innovadores que conecten con audiencias diversas y globales.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*



“

La combinación de la metodología Relearning con el entorno virtual fomentará una dinámica de aprendizaje práctico y autónomo. ¡Con todas las garantías de calidad que solo te ofrece TECH!”

Además, se fomentará el pensamiento creativo y estratégico, esencial para el diseño de experiencias transmedia que impacten en diferentes sectores, desde el entretenimiento, hasta la publicidad y la educación. En este sentido, los profesionales indagarán en casos de éxito y analizarán posibles escenarios reales, potenciando sus habilidades técnicas y su capacidad de adaptación a las demandas del mercado. Este enfoque multidisciplinario asegurará que, no solo se conviertan en expertos en comunicación, sino también en líderes capaces de innovar en un entorno mediático competitivo y dinámico.

“

Desarrollarás competencias avanzadas en comunicación transmedia de forma eficiente y accesible, gracias a una amplia biblioteca de innovadores recursos multimedia”

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 20 meses de estudio.

Asignatura 1

El nuevo paradigma en comunicación

Asignatura 2

Narración de historias, transmedia y crossmedia

Asignatura 3

Narrativas transmediáticas

Asignatura 4

Producción de contenidos transmedia

Asignatura 5

Periodismo transmedia

Asignatura 6

Creación y gestión de comunidades digitales

Asignatura 7

Franquicias transmedia

Asignatura 8

Narrativa transmedia en la industria de videojuegos

Asignatura 9

Realidad extendida transmedia: realidad virtual y realidad aumentada

Asignatura 10

Contenido de marca

Los contenidos académicos de este programa abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1. El nuevo paradigma en comunicación

- 1.1. La transformación de los medios y la fragmentación de audiencias
 - 1.1.1. El nuevo rol de los medios
 - 1.1.2. El ciudadano ante la revolución digital
 - 1.1.3. Consumo e infoxicación
- 1.2. La convergencia de medios
 - 1.2.1. Convergencia tecnológica
 - 1.2.2. Convergencia sociocultural
 - 1.2.3. Convergencia corporativa
- 1.3. Internet 2.0: del monólogo al diálogo
 - 1.3.1. El proceso de fragmentación
 - 1.3.2. El efecto de la tecnología
 - 1.3.3. El cuestionamiento de los medios tradicionales
- 1.4. Larga estela o "Long tail"
 - 1.4.1. Concepto de larga estela
 - 1.4.2. Modelos de negocio larga estela o "Long tail"
 - 1.4.3. Elementos de un modelo "Long tail"
- 1.5. El nuevo "prosumidor"
 - 1.5.1. Concepto de "prosumidor"
 - 1.5.2. La tercera ola
 - 1.5.3. Espectadores vs. influenciadores o "e-fluencers"
- 1.6. Internet 2.0
 - 1.6.1. Datos de penetración y uso
 - 1.6.2. Del monólogo al diálogo
 - 1.6.3. El internet de las cosas
- 1.7. La cultura participativa
 - 1.7.1. Características
 - 1.7.2. Internet y opinión pública
 - 1.7.3. La co-creación

- 1.8. La atención efímera
 - 1.8.1. Multimedialidad
 - 1.8.2. Multitasking
 - 1.8.3. El colapso de la atención
- 1.9. Hardware: de la caja negra al hogar hiperconectado
 - 1.9.1. La caja negra
 - 1.9.2. b) Nuevos dispositivos
 - 1.9.3. c) Derribando la brecha digital
- 1.10. Hacia una nueva televisión
 - 1.10.1. Premisas de la nueva TV
 - 1.10.2. Autoprogramación
 - 1.10.3. La televisión social

Asignatura 2. Narración de historias, transmedia y crossmedia

- 2.1. Cronología noción de transmedia
 - 2.1.1. Transmedia en el contexto de la producción cultural contemporánea
 - 2.1.2. ¿Cómo entendemos transmedia?
 - 2.1.3. Elementos clave que integran una noción general de transmedia
- 2.2. Transmedia y afines
 - 2.2.1. Economía de la atención
 - 2.2.2. Transmedia y afines
 - 2.2.3. Multimodalidad, *crossmedia* y transmedia
- 2.3. Ámbitos de aplicación y potencialidades del transmedia
 - 2.3.1. Transmedia en las industrias culturales
 - 2.3.2. Transmedia y organizaciones
 - 2.3.3. Transmedia en ciencia y educación
- 2.4. Prácticas de consumo y cultura transmediática
 - 2.4.1. Consumo cultural y vida cotidiana
 - 2.4.2. Plataformas
 - 2.4.3. Contenido generado por usuari@s

- 2.5. Tecnología(s)
 - 2.5.1. Transmedia, nuevos medios y tecnología: los primeros tiempos
 - 2.5.2. Datos
 - 2.5.3. El factor tecnológico en los proyectos transmedia
- 2.6. Transmedia, entre lo digital y las experiencias en vivo
 - 2.6.1. El valor de las experiencias en vivo
 - 2.6.2. ¿Qué entendemos por experiencia?
 - 2.6.3. Ejemplos de Experiencias en el mundo real
- 2.7. Transmedia y juego: diseño de experiencias lúdicas
 - 2.7.1. El todo y las partes: cuestiones a tener en cuenta a la hora de definir los elementos individuales de una experiencia transmedia
 - 2.7.2. El factor lúdico
 - 2.7.3. Algunos ejemplos
- 2.8. Aspectos críticos sobre el transmedia
 - 2.8.1. ¿Qué puede llegar a ser transmedia?
 - 2.8.2. Discusión
 - 2.8.3. Una mirada crítica: ¿Qué retos y problemas debemos afrontar?
- 2.9. Transmedia interdisciplinar: roles, perfiles, equipos
 - 2.9.1. Trabajo en equipo
 - 2.9.2. Competencias transmedia
 - 2.9.3. Roles
- 2.10. Transmedia clásico
 - 2.10.1. Ejemplos de transmedia clásico en entretenimiento
 - 2.10.2. Ejemplos de transmedia clásico en documental
 - 2.10.3. Otro tipo de ejemplos

Asignatura 3. Narrativas transmediáticas

- 3.1. Las narrativas transmedia según Henry Jenkins
 - 3.1.1. Henry Jenkins, transmedia y cultura de convergencia
 - 3.1.2. Vínculos entre cultura participativa, transmedia y estudios de fans
 - 3.1.3. Los 'siete principios' de las narrativas transmedia
- 3.2. Revisiones y visiones alternativas sobre narrativas transmedia
 - 3.2.1. Perspectivas teóricas
 - 3.2.2. Perspectivas de la práctica profesional
 - 3.2.3. Visiones específicas
- 3.3. Historias y narrativa (*Storytelling*)
 - 3.3.1. Historias, narrativa y *Storytelling*
 - 3.3.2. Narrativa como estructura y como práctica
 - 3.3.3. Intertextualidad
- 3.4. Narrativa 'clásica', narrativa no lineal y transmedia
 - 3.4.1. La experiencia narrativa
 - 3.4.2. Estructura narrativa en tres actos
 - 3.4.3. Las ideas y venidas del 'Viaje del héroe'
- 3.5. Narrativa interactiva: estructuras narrativas lineales y no lineales
 - 3.5.1. Interactividad
 - 3.5.2. Agencia
 - 3.5.3. Diferentes estructuras narrativas no lineales
- 3.6. Historia o "*Storytelling*" digital
 - 3.6.1. Las narrativas digitales
 - 3.6.2. El origen del Digital *Storytelling*: historias de vida
 - 3.6.3. *Storytelling* digital y transmedia

- 3.7. 'Anclas' narrativa transmedia: mundos, personajes, tiempo y líneas temporales, mapas, espacio
 - 3.7.1. El momento del 'salto'
 - 3.7.2. Mundos imaginarios
 - 3.7.3. Participación del público
- 3.8. Fenómeno fan, canon y transmedia
 - 3.8.1. La figura del fan
 - 3.8.2. *Fandom* y productividad
 - 3.8.3. Conceptos clave en la relación entre transmedia y cultura de fans
- 3.9. Implicación de los públicos (estrategias de compromiso, colaboración, etcétera)
 - 3.9.1. Niveles de implicación: seguidores, entusiastas, fans
 - 3.9.2. El público, el colectivo, la multitud
 - 3.9.3. Crowdsourcing y crowdfunding
- 3.10. Transmedia y proyectos
 - 3.10.1. Proyectos actuales en el audiovisual y el entretenimiento
 - 3.10.2. Transmedia y celebridades
 - 3.10.3. Transmedia y otros campos

Asignatura 4. Producción de contenidos transmedia

- 4.1. La fase de ideación del proyecto
 - 4.1.1. Relato
 - 4.1.2. Plataformas
 - 4.1.3. Público
- 4.2. Documentación, investigación, búsqueda de referentes
 - 4.2.1. Documentación
 - 4.2.2. Referentes de éxito
 - 4.2.3. Aprendiendo de otros
- 4.3. Estrategias creativas: a la búsqueda de la premisa
 - 4.3.1. La premisa
 - 4.3.2. Necesidad de la premisa
 - 4.3.3. Proyectos coherentes

- 4.4. Plataformas, relato y participación. Un proceso iterativo
 - 4.4.1. Proceso creativo
 - 4.4.2. Conexión entre las distintas piezas
 - 4.4.3. Las narrativas transmedia como proceso
- 4.5. La propuesta narrativa: relato, arcos, mundos, personajes
 - 4.5.1. El relato y los arcos narrativos
 - 4.5.2. Mundos y universos
 - 4.5.3. Personajes como centro del relato
- 4.6. El soporte óptimo de nuestra narrativa. Formatos y plataformas
 - 4.6.1. El medio y el mensaje
 - 4.6.2. Selección de plataformas
 - 4.6.3. Selección de formatos
- 4.7. Diseño de la experiencia y la participación. Conoce a tu audiencia
 - 4.7.1. Descubre a tu público
 - 4.7.2. Niveles de participación
 - 4.7.3. Experiencia y memorabilidad
- 4.8. La biblia de producción transmedia: enfoque, plataformas, viaje del usuario
 - 4.8.1. La biblia de producción transmedia
 - 4.8.2. Enfoque y plataformas
 - 4.8.3. Viaje del usuario
- 4.9. La biblia de producción transmedia: estética del proyecto y necesidades materiales y técnicas
 - 4.9.1. Importancia de la estética
 - 4.9.2. Posibilidades y producción
 - 4.9.3. Necesidades materiales y técnicas
- 4.10. La biblia de producción transmedia: estudios de casos de modelos de negocio
 - 4.10.1. Diseño del modelo
 - 4.10.2. Adaptación del modelo
 - 4.10.3. Casos

Asignatura 5. Periodismo transmedia

- 5.1. Evolución de las TIC: medios tradicionales y nuevos medios
 - 5.1.1. Las TIC como acelerador de la transformación de los medios
 - 5.1.2. Medios nativos digitales
 - 5.1.3. Las TIC y los medios ya no tan tradicionales
- 5.2. El ciudadano como informador
 - 5.2.1. El ciudadano, generador de información
 - 5.2.2. Límites y limitaciones del periodismo ciudadano
 - 5.2.3. Fundamentos de la información ciudadana
- 5.3. La figura del periodista transmedia
 - 5.3.1. Habilidades y conocimientos imprescindibles para el periodista transmedia
 - 5.3.2. Periodistas transmedia para empresas transmedia
 - 5.3.3. Periodismo mojo
- 5.4. Diseño, creación y producción de contenidos informativos transmedia
 - 5.4.1. Fundamentos de la producción transmedia
 - 5.4.2. Los principios básicos de lo transmedia de Jenkins adaptados al periodismo
 - 5.4.3. El proceso de creación de proyecto periodístico transmedia
- 5.5. Formatos en periodismo transmedia: vídeo, foto, sonido, infografía
 - 5.5.1. Redacción de contenidos periodísticos en medios digitales
 - 5.5.2. Imagen y audio
 - 5.5.3. Herramientas para el diseño de infografías
- 5.6. Difusión del periodismo transmedia: canales propios y ganados
 - 5.6.1. Periodismo y comunicación corporativa
 - 5.6.2. Difusión en canales propios
 - 5.6.3. Difusión en medios ganados
- 5.7. Periodismo de marca
 - 5.7.1. Redacción Informativa
 - 5.7.2. Contenido de marca o “*Branded Content*” y periodismo: características del periodismo de marca
 - 5.7.3. Publicaciones ejemplares de periodismo de marca

- 5.8. Periodismo participativo
 - 5.8.1. El periodista participativo
 - 5.8.2. El usuario participativo
 - 5.8.3. El blog para la especialización periodística
- 5.9. Gamificación del periodismo, juego de la información o “*Newsgames*”
 - 5.9.1. Un formato periodístico de última generación
 - 5.9.2. Subgéneros
 - 5.9.3. Casos clásicos y otros juegos formativos o “*Serious Games*” más novedosos
- 5.10. Podcast transmedia
 - 5.10.1. El podcast tradicional: audio
 - 5.10.2. El podcast transmedia
 - 5.10.3. El *Branded Podcast*

Asignatura 6. Creación y gestión de comunidades digitales

- 6.1. Una comunidad virtual y dónde podemos crearlas
 - 6.1.1. Tipos de usuario
 - 6.1.2. Espacios donde crear comunidades virtuales
 - 6.1.3. Particularidades de dichos espacios
- 6.2. Gestión de comunidades en Facebook e Instagram
 - 6.2.1. Conceptos básicos
 - 6.2.2. Herramientas de creación y gestión de comunidades
 - 6.2.3. Posibilidades y límites
- 6.3. Gestión de comunidades en Twitter
 - 6.3.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
 - 6.3.2. Posibilidades y límites
- 6.4. Gestión de comunidades en YouTube
 - 6.4.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
 - 6.4.2. Posibilidades y límites
- 6.5. Gestión de comunidades en Twitch
 - 6.5.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
 - 6.5.2. Posibilidades y límites

- 6.6. Gestión de futuras comunidades en espacios emergentes. Sus claves
 - 6.6.1. Claves a tener en cuenta del análisis de las redes comentadas
 - 6.6.2. Qué pasos seguir cuando nazcan nuevas redes sociales
 - 6.6.3. Discursos y diálogos
- 6.7. Cómo provocar la generación de contenidos por usuarios
 - 6.7.1. El prosumen tras el COVID
 - 6.7.2. Concursos, sorteos y campañas
 - 6.7.3. Conexión con redes sociales y transmedia
- 6.8. Planificación y medición de contenidos I
 - 6.8.1. Tipos de contenidos y redacción
 - 6.8.2. Estructuración de contenidos
- 6.9. Planificación y medición de contenidos II
 - 6.9.1. Medición de las acciones en redes sociales
 - 6.9.2. Impacto en Google
 - 6.9.3. Toma de decisiones
- 6.10. Elaboración de contenidos en blogs y su movimiento por redes
 - 6.10.1. La importancia del blog hoy
 - 6.10.2. Técnicas de movimiento de contenido por redes
 - 6.10.3. Resolución de crisis
- 7.4. Evolución histórica franquicias transmedia
 - 7.4.1. Antecedentes
 - 7.4.2. Franquicias de medios antiguas (1928/1977)
 - 7.4.3. Franquicias de medios modernas
- 7.5. Base jurídica franquicias: propiedad intelectual, derechos audiovisuales, cesión derechos
 - 7.5.1. Propiedad intelectual, autor y obra
 - 7.5.2. Derechos de propiedad intelectual: derechos morales y derechos patrimoniales. Derechos de autor y copyright
 - 7.5.3. Cesión de derechos: Registro de marcas. Tipos de acuerdos de franquicia
- 7.6. Gestión de franquicias transmedia: medios, cronología, *partners*
 - 7.6.1. La estrategia
 - 7.6.2. Categorías clave y selección de *partners*
 - 7.6.3. Desarrollo de productos y servicios
- 7.7. Herramientas gestión franquicias
 - 7.7.1. Contrato de franquicia (cláusulas tipo)
 - 7.7.2. Formularios de Evaluación y de aprobación
 - 7.7.3. Guía de estilo
- 7.8. Gestión de marca en gestión de franquicias
 - 7.8.1. Plan de negocio
 - 7.8.2. Derechos de autor y venta masiva
 - 7.8.3. Mínimo garantizado y tarifas de mercadotecnia o "fees"
- 7.9. Aspectos financieros
 - 7.9.1. Plan de marcas
 - 7.9.2. Campaña de marketing 360°
 - 7.9.3. El comportamiento del consumidor
- 7.10. Diagrama de gestión de una franquicia transmedia
 - 7.10.1. Gestión de la estrategia, selección de asociados y acuerdo de franquicia
 - 7.10.2. Gestión de la producción y la comercialización

Asignatura 7. Franquicias transmedia

- 7.1. Denominación y delimitación de términos
 - 7.1.1. Transmedia y Franquicias de medios vs. Franquicias de negocio
 - 7.1.2. Franquicias de medios transmedia
 - 7.1.3. Productos de consumo, derechos de uso y comercialización
- 7.2. Elementos para modelos de negocio transmedia
 - 7.2.1. Tecnología
 - 7.2.2. Cultura de la tendencia o "*mainstream*"
 - 7.2.3. Fenómeno fan
- 7.3. Modelos de negocio transmedia: creación, monetización, ciclo vida
 - 7.3.1. Orígenes de la Franquicia transmedia y tipos de franquicia
 - 7.3.2. Monetización del negocio de franquicia
 - 7.3.3. Ciclo de vida de la franquicia

Asignatura 8. Narrativa transmedia en la industria de videojuegos

- 8.1. Una relación histórica: los videojuegos en el inicio de las teorías del transmedia “*storytelling*”
 - 8.1.1. Contexto
 - 8.1.2. Marsha Kinder y las Tortugas Ninja
 - 8.1.3. De Pokémon a Matrix: Henry Jenkins
- 8.2. Importancia de la industria de los videojuegos en los conglomerados de medios
 - 8.2.1. Videojuegos como generadores de contenidos
 - 8.2.2. Algunas cifras
 - 8.2.3. El salto a nuevos y viejos medios
- 8.3. Relevancia y evolución de los videojuegos como objeto cultural y como objeto de estudio académico
 - 8.3.1. Videojuegos y cultura popular
 - 8.3.2. Consideración como objeto cultural
 - 8.3.3. Los videojuegos en la universidad
- 8.4. Historia en la marca o *storytelling* y transmedialidad en relatos emergentes
 - 8.4.1. Transmedia el parque de atracciones
 - 8.4.2. Nuevas consideraciones sobre la narrativa
 - 8.4.3. Relatos emergentes
- 8.5. Sobre la narratividad de los videojuegos y su peso en una narrativa transmedia
 - 8.5.1. Discusiones tempranas sobre narratividad y videojuegos
 - 8.5.2. El valor del relato en los videojuegos
 - 8.5.3. Ontología de los videojuegos
- 8.6. Los videojuegos como creadores de mundos transmediales
 - 8.6.1. Las reglas del mundo
 - 8.6.2. Universos jugables
 - 8.6.3. Mundos y personajes inagotables
- 8.7. Crossmedialidad y transmedialidad: estrategia adaptativa de la industria a las nuevas demandas del público
 - 8.7.1. Productos derivados
 - 8.7.2. Un nuevo público
 - 8.7.3. El salto a la transmedialidad

- 8.8. Adaptaciones y expansiones transmediales de videojuegos
 - 8.8.1. Estrategia industrial
 - 8.8.2. Adaptaciones fallidas
 - 8.8.3. Expansiones transmediales
- 8.9. Los videojuegos y los personajes transmediales
 - 8.9.1. Personajes viajeros
 - 8.9.2. Del medio narrativo al videojuego
 - 8.9.3. Fuera de nuestro control: el salto a otros medios
- 8.10. Videojuegos y aficionados o *fandom*: teorías afectivas y seguidores
 - 8.10.1. Caracterización o *Cosplaying*
 - 8.10.2. Somos lo que jugamos
 - 8.10.3. Los fans toman el mando

Asignatura 9. Realidad Extendida transmedia: realidad virtual y realidad aumentada

- 9.1. La Realidad Extendida
 - 9.1.1. Aspectos fundamentales
 - 9.1.2. Características de la Realidad Extendida
- 9.2. Predicciones de evolución de la Realidad extendida
 - 9.2.1. Presente
 - 9.2.2. Comparativa de dispositivos
 - 9.2.3. Futuro
- 9.3. Aspectos técnicos de la Realidad Extendida
 - 9.3.1. Tipos de interacción
 - 9.3.2. Locomoción
 - 9.3.3. Ventajas y limitaciones de la XR
- 9.4. La importancia de los 5 sentidos
 - 9.4.1. Dispositivos hápticos
 - 9.4.2. Dispositivos multisensoriales
 - 9.4.3. El sonido en la Realidad Extendida
- 9.5. Proceso de creación de un proyecto de Realidad Extendida
 - 9.5.1. Proceso creativo
 - 9.5.2. Perfiles de Realidad Extendida
 - 9.5.3. Caso de ejemplo

- 9.6. Diseño de "experiencia del usuario" en Realidad Extendida
 - 9.6.1. Proceso de diseño
 - 9.6.2. Experiencia del usuario
- 9.7. Nuevos lenguajes narrativos de la Realidad Extendida
 - 9.7.1. Contar una historia vs vivir la experiencia
 - 9.7.2. Aspectos narrativos propios de la Realidad Extendida
 - 9.7.3. Casos de estudio de Realidad extendida Transmedia
- 9.8. Diseño narrativo: Guion gráfico o "storyboard"
 - 9.8.1. Diseño
 - 9.8.2. Guion
 - 9.8.3. Guion gráfico o "storyboard"
- 9.9. Desarrollo técnico y herramientas
 - 9.9.1. Desarrollo de instrucciones o "briefing técnico"
 - 9.9.2. Herramientas de prototipado
 - 9.9.3. La Industria de la Realidad Extendida
- 9.10. Distribución de una experiencia de Realidad Extendida
 - 9.10.1. El producto mínimo viable
 - 9.10.2. Distribución
 - 9.10.3. Mercadotecnia y promoción

Asignatura 10. Contenido de marca

- 10.1. El modelo publicitario tradicional: "Push"
 - 10.1.1. Aspectos claves de las estrategias de comunicación "push"
 - 10.1.2. Orígenes y evolución
 - 10.1.3. El futuro de las estrategias "push"
- 10.2. El nuevo modelo "Pull"
 - 10.2.1. Aspectos claves de las estrategias de comunicación "Pull"
 - 10.2.2. Orígenes y contexto actual
 - 10.2.3. Claves de éxito
- 10.3. Contenido de marca
 - 10.3.1. Contenidos de marca, contenidos de mercado, anuncios nativos
 - 10.3.2. Cómo identificar un contenido de marca





- 10.4. Las marcas como publicidad: implicaciones
 - 10.4.1. La nueva cadena de valor
 - 10.4.2. Implicaciones
 - 10.4.3. Modelos
- 10.5. El contenido de marca y su rol en la comunicación
 - 10.5.1. Contexto actual
 - 10.5.2. Contenido de marca y Propósito de marca
 - 10.5.3. Casos inspiradores
- 10.6. La convivencia de contenidos y publicidad
 - 10.6.1. Diferencias
 - 10.6.2. Aportación al *Brand Equity*
 - 10.6.3. Ejemplos de convivencia
- 10.7. Contenido de marca: formatos y géneros
 - 10.7.1. Géneros
 - 10.7.2. Otros enfoques, otros géneros
 - 10.7.3. Formatos
- 10.8. Metodología de creación de contenido de marca
 - 10.8.1. Estrategia
 - 10.8.2. Ideación
 - 10.8.3. Producción
- 10.9. La importancia de la promoción en contenidos de marca
 - 10.9.1. Metodología
 - 10.9.2. Fases
 - 10.9.3. Formatos
- 10.10. Medición de la eficacia del Contenido de marca
 - 10.10.1. Cómo medir un proyecto de BC
 - 10.10.2. Medición cualitativa y cuantitativa
 - 10.10.3. Métricas e indicadores o "KPI's"

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 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

Esta titulación académica se enfocará en preparar a profesionales capaces de liderar proyectos en un entorno mediático en constante evolución. Así, tendrá como finalidad dotar a los periodistas con las competencias necesarias para diseñar estrategias de comunicación que integren múltiples plataformas, garantizando experiencias inmersivas y coherentes para las audiencias. Además, a través de un enfoque práctico y teórico, se desarrollarán habilidades en la creación y gestión de narrativas transmedia, la optimización del *storytelling* digital y la utilización de herramientas tecnológicas avanzadas.

*Living
SUCCESS*



“

¡Apuesta por TECH! Serás capaz de analizar tendencias de mercado y audiencias, para implementar soluciones creativas y eficaces en sectores como el Marketing, el entretenimiento y la educación”



Objetivos generales

- ♦ Manejar y conocer conceptualmente el ámbito del *Transmedia Storytelling*, entendiendo su relevancia en distintos ámbitos profesionales (publicidad, Marketing, entretenimiento)
- ♦ Adquirir los fundamentos de la creación transmedia, desde la narrativa, hasta la producción, la dinamización en comunidades sociales y la monetización económica
- ♦ Profundizar en las evoluciones más recientes del *Transmedia Storytelling* en ámbitos tecnológicos como la realidad virtual o los videojuegos
- ♦ Ahondar en el ámbito, las características y la capacitación para el nuevo y emergente periodismo transmedia
- ♦ Desarrollar habilidades en la creación y gestión de contenidos transmedia, permitiendo diseñar y ejecutar narrativas interactivas que se adapten a múltiples plataformas y medios, involucrando al público de manera dinámica
- ♦ Implementar la creatividad en la estrategia comunicacional para abordar desafíos mediáticos actuales mediante el uso de tecnologías emergentes y herramientas digitales
- ♦ Gestionar el análisis de audiencias y en la medición de impacto, proporcionando los conocimientos necesarios para entender el comportamiento de los usuarios y evaluar la efectividad de las campañas transmedia en distintos contextos
- ♦ Promover la capacidad de gestión de proyectos transmedia, desarrollando competencias de liderazgo y coordinación para llevar a cabo iniciativas integrales que aborden objetivos comunicacionales y empresariales en el entorno digital





Objetivos específicos

Asignatura 1. El nuevo paradigma en comunicación

- ♦ Conocer el nuevo paradigma de la comunicación en el conjunto del panorama sociológico y mediático cambiante
- ♦ Comprender el papel la tecnología y la fragmentación de la oferta audiovisual
- ♦ Abrir oportunidades de negocio y de desarrollo profesional, de acuerdo a los contenidos temáticos del Asignatura

Asignatura 2. Narración de historias, transmedia y *crossmedia*

- ♦ Identificar los elementos y componentes de la transmedia y la *crossmedia* como disciplinas
- ♦ Reconocer su relevancia e importancia en los distintos sectores profesionales donde son empleadas, de acuerdo a los contenidos temáticos del Asignatura

Asignatura 3. Narrativas transmediáticas

- ♦ Emplear los principales componentes que hacen posible la construcción del relato transmedia y las diferencias con la narrativa tradicional
- ♦ Interiorizar, con la ayuda de ejemplos prácticos, la forma de conseguir la implicación de la audiencia en un desarrollo transmediático, de acuerdo a los contenidos temáticos del Asignatura

Asignatura 4. Producción de contenidos transmedia

- ♦ Describir y aplicar los elementos que conforman la metodología práctica en la construcción de contenidos transmedia
- ♦ Abarcar desde la fase de investigación y documentación, hasta las plataformas y mecánicas participativas, de acuerdo a los contenidos temáticos del Asignatura

Asignatura 5. Periodismo transmedia

- ♦ Aplicar los elementos que conforman el ámbito, las características y la capacitación para el nuevo y emergente periodismo transmedia
- ♦ Considerar los aspectos evolutivos, la creación de contenidos transmedia y la figura del periodista transmedia, de acuerdo a los contenidos temáticos del Asignatura

Asignatura 6. Creación y gestión de comunidades digitales

- ♦ Ser capaz de explicar los elementos necesarios que componen la metodología para creación y dinamización de una comunidad digital transmedia
- ♦ Incluir la estimulación de contenidos generados por el propio usuario, y la gestión de comunidades en redes sociales, de acuerdo a los contenidos temáticos del Asignatura

Asignatura 7. Franquicias transmedia

- ♦ Definir los fundamentos en los que se basan los modelos de negocio transmedia
- ♦ Considerar la evolución histórica de las franquicias transmedia, así como las tipologías, formas de monetización y pormenores en la gestión de las mismas

Asignatura 8. Narrativa transmedia en la industria de videojuegos

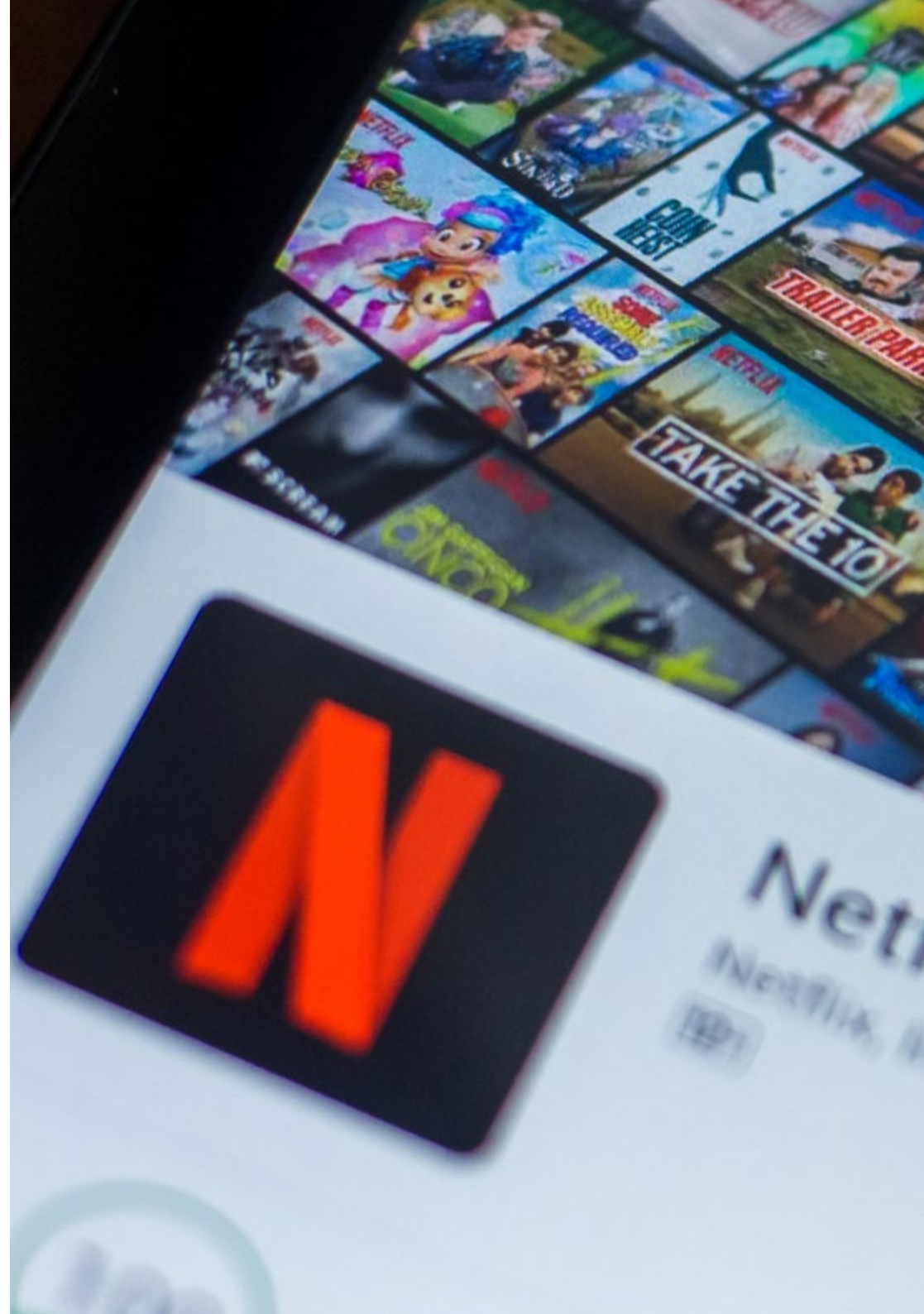
- ♦ Establecer los elementos más destacados en la relación entre la narrativa transmedia y la industria del videojuego
- ♦ Conceptualizar el rol del videojuego como punta de lanza de la experiencia de usuario en el universo transmedia

Asignatura 9. Realidad extendida transmedia: realidad virtual y realidad aumentada

- ♦ Valorar la importancia de la realidad extendida en el ámbito de la narrativa transmedia
- ♦ Comprender la variedad de contenidos existentes y el proceso creativo de los mismos, de acuerdo a los contenidos temáticos del Asignatura

Asignatura 10. Contenido de marca

- ♦ Ser capaz de argumentar los fundamentos más destacados en el contenido de marca dentro de la comunicación y contexto publicitario
- ♦ Considerar el análisis de las diferencias entre publicidad y contenido de marca y su ámbito





“ Adquirirás las competencias necesarias para desarrollar proyectos de Comunicación Transmedia en contextos que demandan de elevados conocimientos y habilidades tecnológicas”

06

Salidas profesionales

Al completar el programa, los egresados estarán capacitados para desarrollar y gestionar proyectos de comunicación interactivos y multidimensionales, abriendo puertas en diversas áreas del Marketing, el entretenimiento, los medios de comunicación y la producción digital. Asimismo, podrán ocupar cargos en agencias de publicidad, estudios de cine y televisión, plataformas de contenido digital, empresas tecnológicas y consultorías de comunicación, donde aplicarán sus habilidades en la creación de narrativas transmedia que conecten con audiencias a través de múltiples plataformas y dispositivos.

Upgrading...





“Destacarás por tu capacidad crítica y creativa para gestionar y desarrollar proyectos transmedia, que favorezcan la interacción con audiencias diversas y globales. ¿A qué esperas para matricularte?”

Perfil del egresado

El egresado de esta titulación será un profesional altamente capacitado para diseñar y ejecutar estrategias de comunicación multiplataforma, con un enfoque narrativo que trasciende los límites tradicionales de los medios. Con un dominio avanzado de las técnicas y herramientas digitales, también será capaz de gestionar proyectos que integren diversos formatos, como el cine, la televisión, los videojuegos, las redes sociales y el contenido web. Además, su capacidad para analizar audiencias y crear experiencias interactivas le permitirá liderar en industrias como el entretenimiento, la publicidad, el Marketing y los medios digitales, brindando soluciones innovadoras y eficaces.

Al inscribirte en esta Maestría Oficial Universitaria, serás capaz de combinar los aspectos técnicos de la producción de contenido con las habilidades narrativas características del Marketing y la publicidad.

- ♦ **Creatividad y narración multiplataforma:** Desarrollar la capacidad de diseñar y producir narrativas coherentes y atractivas que se desplieguen de manera efectiva a través de diferentes plataformas y medios digitales
- ♦ **Pensamiento crítico y analítico:** Fomentar la habilidad para evaluar y analizar tendencias, tecnologías y estrategias de comunicación, permitiendo la toma de decisiones informadas en la creación de proyectos transmedia
- ♦ **Gestión de proyectos multimedia:** Mejorar las competencias en planificación, organización y gestión de proyectos que involucren múltiples medios, asegurando la integración de recursos y tiempos de manera eficiente
- ♦ **Adaptabilidad y actualización constante:** Potenciar la capacidad de adaptarse rápidamente a nuevas tecnologías y tendencias emergentes, manteniéndose actualizado en un entorno digital en constante evolución



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

- 1. Director de Proyectos Transmedia:** Responsable de la planificación, coordinación y supervisión de proyectos que involucren múltiples plataformas y medios de comunicación, garantizando la coherencia de la narrativa
Responsabilidades: Coordina equipos multidisciplinarios para crear contenido que fluya de manera coherente entre plataformas, asegurando la calidad y la integración de la narrativa
- 2. Community Manager Multiplataforma:** Encargado de gestionar la presencia online de marcas, creando y adaptando contenido para diversas plataformas con el fin de fomentar la interacción y el *engagement*
Responsabilidades: Gestiona las redes sociales y las interacciones de la marca, adaptando el contenido a cada plataforma para maximizar la participación y el compromiso del público
- 3. Productor de Contenidos Multimedia:** Diseña y produce contenido para diferentes medios y plataformas, integrando texto, video, audio y gráficos para crear experiencias transmedia inmersivas
Responsabilidades: Supervisa la creación de contenidos visuales, sonoros y escritos, garantizando que sean adecuados para múltiples plataformas y atractivos para la audiencia
- 4. Consultor de Estrategias Digitales:** Asesora a empresas y marcas sobre cómo implementar y optimizar estrategias de comunicación a través de medios digitales, centradas en la narrativa transmedia
Responsabilidades: Asesora a empresas en la creación de estrategias digitales efectivas, enfocadas en utilizar plataformas diversas para contar una historia consistente y captar la atención del público

- 5. Guionista de Medios Interactivos:** Desarrolla guiones y narrativas que se adaptan a múltiples plataformas, diseñando historias interactivas y adaptables a diferentes medios y formatos
Responsabilidades: Desarrolla guiones creativos para experiencias transmedia, adaptando historias a diferentes formatos y creando narrativas interactivas que involucren al público
- 6. Especialista en Marketing Digital Transmedia:** Desarrolla y ejecuta campañas de Marketing que utilizan diferentes canales digitales para promover una marca, asegurando la integración de todos los elementos de la campaña
Responsabilidades: Diseña y ejecuta campañas de Marketing Digital que utilicen diversos canales para amplificar el mensaje y asegurar la conexión entre diferentes audiencias
- 7. Editor de Contenidos para Plataformas Multicanal:** Se encarga de crear, editar y adaptar contenido audiovisual, escrito y multimedia para diversas plataformas, garantizando la calidad y coherencia del mensaje
Responsabilidades: Asegura que el contenido se adapte correctamente a cada medio, manteniendo la coherencia y calidad del mensaje en todas las plataformas
- 8. Director de Experiencia de Usuario (UX) Transmedia:** Se ocupa de diseñar experiencias digitales centradas en el usuario, optimizando el flujo de interacción y la inmersión a través de diferentes dispositivos y plataformas
Responsabilidades: Diseña y optimiza experiencias digitales, asegurando que los usuarios interactúen de forma fluida y atractiva a través de diversas plataformas y dispositivos

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de esta Maestría Oficial Universitaria 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, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu
competencia
lingüística*



“

TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría 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”

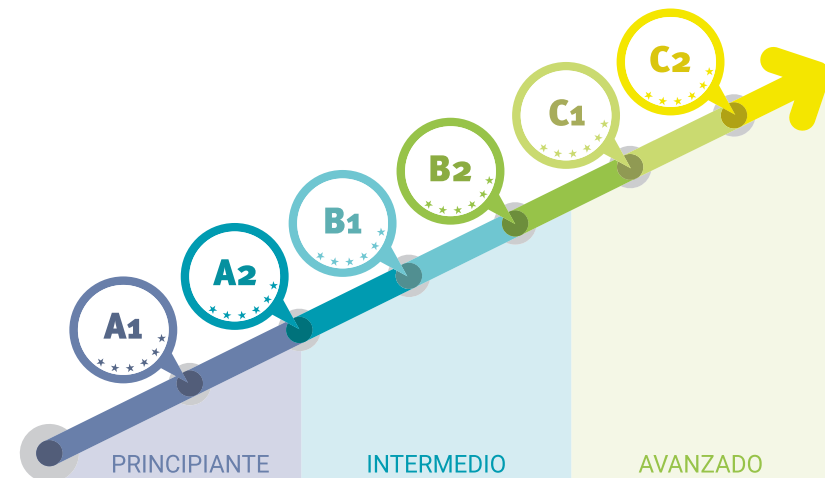




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- 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 cuadro docente está compuesto por un equipo multidisciplinario de expertos altamente cualificados, con una amplia experiencia tanto en el ámbito académico, como en la industria. De hecho, son profesionales de reconocido prestigio, procedentes de diversos sectores como el periodismo, el cine, la publicidad, la comunicación digital y el entretenimiento, lo que asegurará una capacitación integral y actualizada. Así, gracias a su enfoque práctico y su capacidad para conectar teoría y práctica, los egresados adquirirán una visión global y contemporánea sobre las técnicas y estrategias más innovadoras de la Comunicación Transmedia.



“

Contarás con la guía de los expertos más destacados en el campo de la Comunicación Transmedia. Todo gracias a este equipo docente especializado en medios digitales, cine, publicidad y más”

Dirección



Dr. Regueira, Javier

- ♦ Experto en Branded Content
- ♦ Senior Brand Manager y Responsable online de Nivea
- ♦ Group Brand Manager de Imperial Tobacco
- ♦ Cofundador de la Asociación Española de Branded Content
- ♦ Cofundador de Pop Up Brand Content
- ♦ Autor de varios libros sobre Marketing y Gestión Empresarial
- ♦ Director de Servicios al Cliente en Grey Publicidad
- ♦ Speaker en TED Talks
- ♦ Doctor en Branded Content por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Graduado en CCEE Europeas ICADE E4

Profesores

Dr. Sánchez López, Iván

- ♦ Investigador en Narrativa Digital
- ♦ Investigador en la Universidad de Alicante
- ♦ Director de Comunicaciones en el Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica
- ♦ Ayudante de Producción y Dirección en canales de televisión
- ♦ Docente colaborador en estudios universitarios
- ♦ Doctor en Narrativa Digital por la Universidad de Huelva
- ♦ Máster en Film Documental Creativo por la Universidad Autónoma de Barcelona
- ♦ Máster en Comunicación y Educación en la Red por la UNED

Dr. Roig Telo, Antoni

- ♦ Investigador Especializado en Nuevas Narrativas Digitales
- ♦ Investigador en Mediaciones
- ♦ Docente de Comunicación Audiovisual para estudios universitarios
- ♦ Doctor en Ciencias Sociales, Sociedad de la Información y el Conocimiento por la Universitat Oberta de Catalunya
- ♦ Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Ramón Llull
- ♦ Ingeniero Técnico en Telecomunicaciones

D. Fraga Pombo, Luis

- ♦ Comunicador Experto en Comunicación Corporativa
- ♦ Presentador y Editor de Informativos en Antena 3
- ♦ Editor y Presentador de Antena 3 Noticias de Galicia
- ♦ Redactor y Locutor de informativos en el grupo de radio de La Voz de Galicia
- ♦ Redactor y Locutor en la Cadena SER Ferrol
- ♦ Formador en Atresmedia Formación
- ♦ Fundador de Luis Fraga Comunicación y Formación para tu empresa
- ♦ Docente en cursos relacionados con la Comunicación
- ♦ Licenciado en Geografía e Historia por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster en Investigación Aplicada en Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos

Dña. Ugidos Álvarez, Susana

- ♦ Experta en Content Marketing
- ♦ Content Marketing Strategy Lead en la empresa El Corte Inglés
- ♦ Content Marketing Manager en la empresa El Corte Inglés
- ♦ Brand Manager en la empresa El Corte Inglés
- ♦ Gerente de Comunicación Global en el Grupo Flex
- ♦ Jefe de Publicidad y Promociones en el Grupo Flex
- ♦ Licenciada en Gestión Comercial y Marketing por la ESIC Business & Marketing School
- ♦ Posgrados en Desarrollo Directivo, Branded Content, Transmedia, Marketing Digital y Design Thinking

Dña. Rosendo Sánchez, Nieves

- ♦ Investigadora en Narrativas Transmedia
- ♦ Escritora de novelas infantiles
- ♦ Coordinadora de la expansión transmedia de la obra teatral *El Proceso*
- ♦ Docente en estudios universitarios vinculados a la Comunicación
- ♦ Máster en Estudios Literarios y Teatrales por la Universidad de Granada
- ♦ Máster en Literatura en la Era Digital por el IL3 de la Universidad de Barcelona

Dr. Suárez Mouriño, Adrián

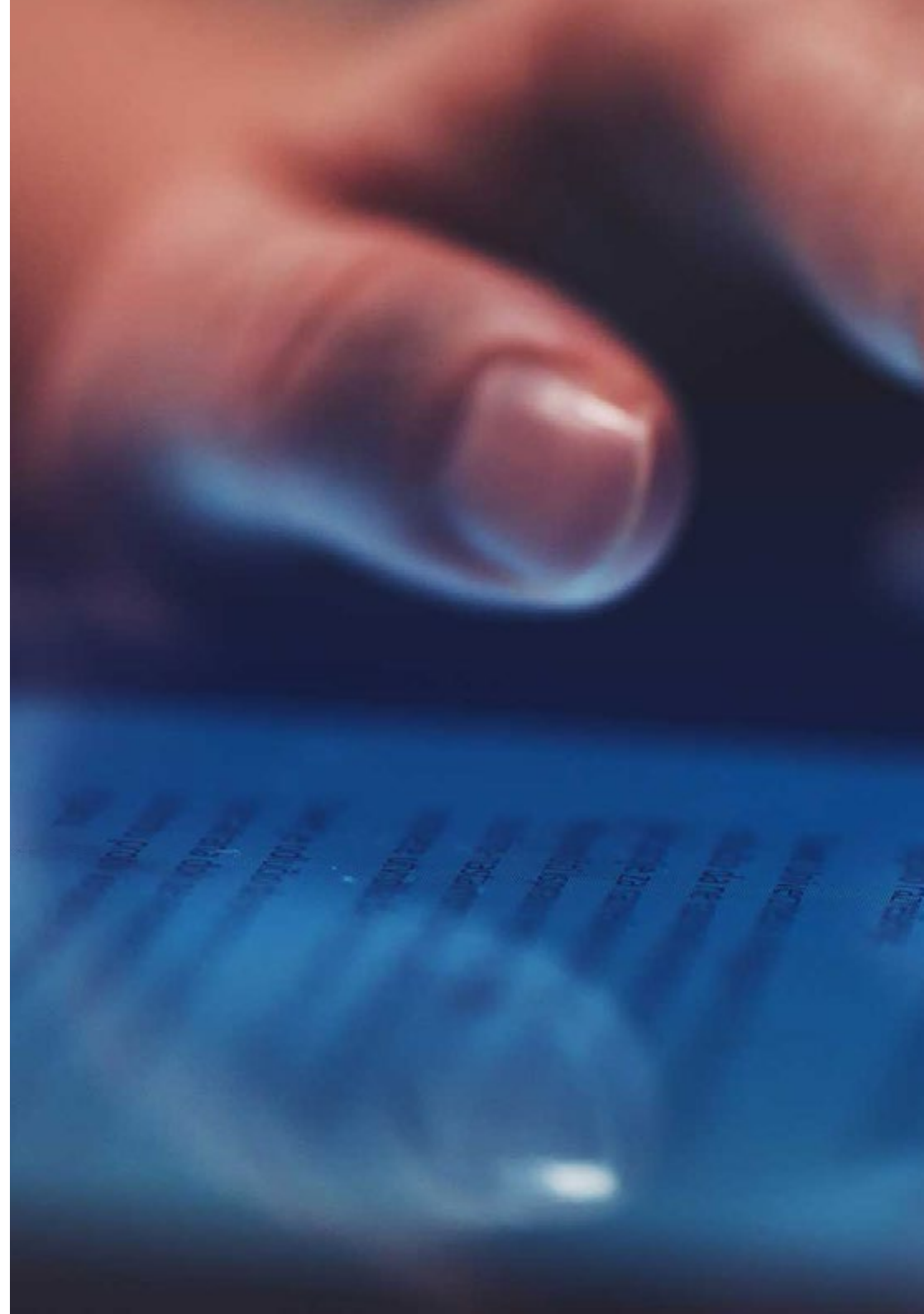
- ♦ Especialista en Comunicación Digital, SEO y SEM
- ♦ Responsable de Externalización de Servicios de SEO para Agencias de Marketing y Comunicación
- ♦ Redactor de contenidos y de guiones para Webedia
- ♦ Docente en estudios de grado, posgrado universitario y cursos relacionados con el Marketing
- ♦ Redactor de contenidos web en MundoGamers
- ♦ SEO Specialist y SEM Strategist en Pululart
- ♦ Doctor en Comunicación Digital, Narrativa y Videojuegos por la Universidade da Coruña
- ♦ Graduado en Arquitectura por la Universidade da Coruña
- ♦ Máster en Dirección, Marketing y Comunicación Online por la Universidad Abat Oliba CEU

Dña. Vasán, Vicky

- ♦ Diseñadora UX/UI Experta en Realidad Virtual
- ♦ Cofundadora de INMERSIVA
- ♦ Community Lead en Meta Developer Circles
- ♦ Diseñadora UX/UI de Realidad Virtual y Aumentada en La Frontera VR
- ♦ Diseñadora UX y Guionista en Realidad Virtual en Lyceum VR
- ♦ Creative y Transmedia Producer en El Cañonazo
- ♦ Graduada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Salamanca
- ♦ Postgrado *Branded Content* y *Transmedia Storytelling*

Dra. Montoya Rubio, Alba

- ♦ Comunicadora Audiovisual en À Punt Mèdia
- ♦ Experta en Redes y Comunicación en À Punt Mèdia
- ♦ Responsable de Prensa y Comunicación en la Fundación AIMS
- ♦ Directora, Guionista y Editora *Freelance*
- ♦ Docente en estudios universitarios vinculados con la Comunicación
- ♦ Doctora en Música y Cine por la Universidad de Barcelona
- ♦ Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pompeu Fabra
- ♦ Máster en Música como Arte Interdisciplinario por la Universidad de Barcelona



“

Todos los docentes de este programa acumulan una amplia experiencia, ofreciéndote una perspectiva innovadora sobre los principales avances en este campo de estudios”

10

Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Comunicación Transmedia 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 Comunicación Transmedia y da un paso adelante en tu carrera profesional”

El plan de estudios de esta Maestría Oficial Universitaria en Comunicación Transmedia se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20231246, de fecha 10/05/2023, 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 Transmedia”

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 Comunicación Transmedia**

No. de RVOE: **20231246**

Fecha de vigencia RVOE: **10/05/2023**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Comunicación Transmedia**, 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 validez internacional

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Maestría Oficial Universitaria en Comunicación Transmedia** 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 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 Comunicación Transmedia** 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 Comunicación Transmedia** 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.

*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 Máster 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.



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



Nº de RVOE: 20231246

**Maestría Oficial
Universitaria
Comunicación Transmedia**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **10/05/2023**

Maestría Oficial Universitaria Comunicación Transmedia

Nº de RVOE: 20231246

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR



tech
universidad