

# Maestría Oficial Universitaria Periodismo Político

Nº de RVOE: 20210906

**RVOE**

EDUCACIÓN SUPERIOR

**tech**  
universidad



Nº de RVOE: 20210906

## Maestría Oficial Universitaria Periodismo Político

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

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

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

# 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. 30

05

Objetivos docentes

---

pág. 36

06

Salidas profesionales

---

pág. 42

07

Idiomas gratuitos

---

pág. 46

08

Metodología de estudio

---

pág. 50

09

Cuadro docente

---

pág. 60

10

Titulación

---

pág. 66

11

Homologación del título

---

pág. 70

12

Requisitos de acceso

---

pág. 74

13

Proceso de admisión

---

pág. 78

# 01

## Presentación del programa

Con la rápida evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, el panorama del Periodismo político ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas. Una muestra de ello lo constituye la proliferación de redes sociales, que han dado lugar a nuevos modelos de producción y distribución de noticias. Sin embargo, estas herramientas digitales conllevan numerosos desafíos para los profesionales, especialmente en un entorno marcado tanto por la polarización como las *fake news*. Por ello, los expertos deben desarrollar habilidades que les permitan verificar las informaciones, combatir la desinformación y preservar su credibilidad. Para ayudarles con esta labor, TECH presenta una innovadora titulación universitaria 100% online centrada en las últimas tendencias de la comunicación política.

*Este es el momento, te estábamos esperando*







“

*Gracias a esta Maestría Oficial Universitaria 100% online, dominarás las últimas tendencias en Periodismo Político y potenciarás tus habilidades analíticas significativamente”*

Según un nuevo informe confeccionado por Reporteros Sin Fronteras, el 55% de los países enfrentan restricciones a la libertad de prensa, mientras que el 75% de los periodistas considera que la polarización política influye directamente en su trabajo. Frente a esta situación, es imprescindible que los profesionales del Periodismo Político adopten estrategias que les permitan contrarrestar la desinformación, proteger su independencia editorial y garantizar una cobertura equilibrada. De esta forma, los ciudadanos podrán acceder a información confiable que fomente un debate público informado, plural y garantice la rendición de cuentas en un entorno global donde la desinformación amenaza la calidad del discurso político.

En este contexto, TECH presenta una pionera Maestría Oficial Universitaria en Periodismo Político. Concebido por referencias en este campo, el plan de estudios se centrará en analizar cuestiones que abarcan desde la generación de ideologías en el sistema electoral o la organización de los partidos hasta las particularidades de la comunicación en la esfera política. Al mismo tiempo, el temario ofrecerá al alumnado una variedad de estrategias para manejar herramientas tecnológicas como el *Big Data* para la verificación de datos e incluso el análisis de tendencias. En sintonía con esto, los materiales didácticos profundizarán tanto en los marcos legales como estándares éticos que rigen el ejercicio periodístico en entornos democráticos. De esta forma, los egresados desarrollarán competencias avanzadas para llevar a cabo investigaciones exhaustivas que les permitan realizar coberturas informativas rigurosas.

Para afianzar todos estos contenidos didácticos, TECH emplea su característico sistema de aprendizaje del *Relearning*. Este método consiste en la reiteración progresiva de los aspectos claves del temario, garantizando que los egresados los asimilen de forma natural. De igual modo, los periodistas disfrutarán de un proceso de enseñanza dinámico gracias a los recursos educativos que encontrarán en el Campus Virtual. En esta plataforma digital encontrarán una biblioteca atestada de materiales multimedia, entre los que destacan resúmenes interactivos, lecturas especializadas y casos de estudio.







“

*Impulsarás la adopción de principios éticos en el ejercicio del Periodismo Político, garantizando el respeto por la diversidad de opiniones”*

# 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 currículo 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 de esta Maestría Oficial Universitaria ha sido diseñado para dotar a los profesionales en periodismo de las herramientas y habilidades necesarias para analizar y comunicar de manera ética y rigurosa los temas políticos más relevantes de la actualidad, profundizando en aspectos clave como la investigación periodística, la estructura de los sistemas políticos y la relación entre medios y poder, formando a periodistas que puedan ejercer con responsabilidad su papel en la sociedad.

*Un temario  
completo y bien  
desarrollado*





“

*Analizarás los fenómenos políticos desde una perspectiva crítica, abordando tanto el contexto histórico como las implicaciones sociales y económicas de las campañas”*

Además de los contenidos innovadores que estructuran el programa, la metodología 100% online ofrece un aprendizaje flexible, adaptado a las necesidades de cada individuo. Mediante ejercicios prácticos, clases magistrales, material complementario y presentaciones multimedia, asegurando una experiencia educativa integral. Gracias a este enfoque asincrónico, los profesionales pueden organizar su estudio de manera autónoma, adquiriendo las competencias y conocimientos necesarios para destacar en el campo del Periodismo Político.

“

*Extraerás valiosas lecciones mediante el análisis de casos periodísticos reales en entornos simulados de aprendizaje”*

### **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** Periodismo Político, propaganda y filosofía del pensamiento

**Asignatura 2** Ideologías y partidos

**Asignatura 3** Cronismo parlamentario y entornos políticos

**Asignatura 4** Comunicación política e institucional

**Asignatura 5** Análisis del discurso político

**Asignatura 6** Periodismo Político internacional y estructuras globales

**Asignatura 7** Comunicación en diversidad y género

**Asignatura 8** Análisis y gestión de las redes sociales para influir y comunicar

**Asignatura 9** Análisis de datos políticos y demoscopia

**Asignatura 10** Periodismo de fuentes, ética profesional y noticias falsas

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

### Asignatura 1. Periodismo Político, propaganda y filosofía del pensamiento

- 1.1. Grecia y Roma. Filosofía política clásica y el nacimiento de la opinión pública
  - 1.1.1. Introducción a la filosofía política clásica
  - 1.1.2. Grecia, cuna de la opinión pública y el pensamiento político
    - 1.1.2.1. Los presocráticos y la idea política
    - 1.1.2.2. Sócrates, padre de la filosofía política
    - 1.1.2.3. Platón y la República
    - 1.1.2.4. La oratoria de Demóstenes
    - 1.1.2.5. Aristóteles y la política
  - 1.1.3. Roma: pensamiento, poder y oratoria
    - 1.1.3.1. Influencias griegas: helenismo
    - 1.1.3.2. Cicerón: discursos y Estado ideal
    - 1.1.3.3. Séneca y el poder imperial
    - 1.1.3.4. Marco Aurelio, reflexiones de un emperador
- 1.2. De la Edad Media a Maquiavelo: primera propaganda y ciencia política
  - 1.2.1. Plena Edad Media. Nace la propaganda eclesiástica
    - 1.2.1.1. Agustín de Hipona y Tomás de Aquino
    - 1.2.1.2. La iglesia y el control de las masas
  - 1.2.2. Alta Edad Media: camino al Renacimiento
    - 1.2.2.1. La Monarquía de Dante
    - 1.2.2.2. Marsilio de Padua
  - 1.2.3. Nicolás Maquiavelo y la política como ámbito de estudio
- 1.3. Ilustración: Francia, Inglaterra y la edad de oro del pensamiento político
  - 1.3.1. Precedentes de la explosión de pensamiento
    - 1.3.1.1. El Leviatán de Hobbes
    - 1.3.1.2. La Revolución Francesa como punto de partida
  - 1.3.2. Francia
    - 1.3.2.1. Montesquieu y el espíritu de las leyes
    - 1.3.2.2. El contrato social de Rousseau
  - 1.3.3. Inglaterra
    - 1.3.3.1. Carta sobre la tolerancia de Locke
    - 1.3.3.2. Bentham y el buen gobierno
  - 1.3.4. Alemania
    - 1.3.4.1. Schiller y la revolución sin violencia
- 1.4. Siglo XIX: Crecimiento del Periodismo Político entre revoluciones ideológicas
  - 1.4.1. Consolidación de la prensa como cuarto poder
    - 1.4.1.1. Primeros partidos y sus medios afines
  - 1.4.2. Inicios del marxismo
    - 1.4.2.1. Manifiesto comunista
    - 1.4.2.2. Concepción marxista del Estado
  - 1.4.3. Revoluciones liberales y su concepción política
    - 1.4.3.1. 1820
    - 1.4.3.2. 1830
    - 1.4.3.3. 1848
- 1.5. Primera Guerra Mundial: expansión de la propaganda bélica
  - 1.5.1. Los temas de la propaganda de masas: el patriotismo como base
    - 1.5.1.1. Apoyo económico
    - 1.5.1.2. Apoyo civil
    - 1.5.1.3. Alistamiento militar
    - 1.5.1.4. Propaganda interna militar
  - 1.5.2. Lippmann, Bernays y la campaña antialemana
  - 1.5.3. La expansión de la propaganda como método multiusos
    - 1.5.3.1. Cartelería
    - 1.5.3.2. Radio
    - 1.5.3.3. Prensa
  - 1.5.4. Las consecuencias del desarrollo de la propaganda en Europa y Estados Unidos de América

- 1.6. Entreguerras y Segunda Guerra Mundial: cumbre de la propaganda y el periodismo de trincheras
  - 1.6.1. Los derrotados de la Gran Guerra
    - 1.6.1.1. Alemania, bajo escombros y deudas
  - 1.6.2. El auge del autoritarismo gracias a los símbolos políticos y civiles
    - 1.6.2.1. Nazismo
    - 1.6.2.2. Fascismo
  - 1.6.3. Estallido de la guerra y propaganda internacional
    - 1.6.3.1. Propaganda blanca y negra
    - 1.6.3.2. Propaganda interior
    - 1.6.3.3. Propaganda exterior
  - 1.6.4. Periodismo de guerra, una máquina de informar
    - 1.6.4.1. Periodistas y bandos
    - 1.6.4.2. La importancia de la información en la Segunda Guerra Mundial
- 1.7. Guerra Civil española y franquismo: periodismo de bandos, propaganda y censura
  - 1.7.1. Estallido de la Guerra Civil y formación de bandos
  - 1.7.2. Propaganda de facciones
    - 1.7.2.1. Propaganda franquista. Nacional e internacional
    - 1.7.2.2. Propaganda republicana. Nacional e internacional
    - 1.7.2.3. Comparación de cartelería
  - 1.7.3. Periodistas en las trincheras
    - 1.7.3.1. Información nacional
    - 1.7.3.2. Información internacional
  - 1.7.4. Fin de la guerra y primer franquismo
    - 1.7.4.1. Vender la victoria. Legitimidad
    - 1.7.4.2. Propaganda en el franquismo
    - 1.7.4.3. Represión del periodismo en dictadura y reconversión de medios
- 1.8. Guerra fría: política de bloques, información sesgada y propaganda subversiva
  - 1.8.1. Formación de bloques tras la guerra
    - 1.8.1.1. Información. Medios al servicio de los bloques
    - 1.8.1.2. Propaganda de confrontación
  - 1.8.2. Periodismo profesional en ambientes contrarios
    - 1.8.2.1. Caza de brujas en Estados Unidos de América
  - 1.8.3. Comunicación y propaganda subversiva interior
    - 1.8.3.1. Medios y difusión prosoviética en Estados Unidos de América
    - 1.8.3.2. Medios y difusión proestadounidense en la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas
- 1.9. Pensamiento político contemporáneo y asentamiento del Periodismo Político a finales del siglo XX
  - 1.9.1. Consecuencias filosóficas tras la II Guerra Mundial y el contexto de la Guerra Fría
    - 1.9.1.1. Rawls y la Teoría de la Justicia
    - 1.9.1.2. Mayo del 68 como partida para los pensadores de la izquierda
  - 1.9.2. Escuela de Frankfurt y desarrollo del pensamiento
  - 1.9.3. Filosofía política ligada a la economía de fin de siglo
  - 1.9.4. Desarrollo del Periodismo Político en las democracias consolidadas
    - 1.9.4.1. Periodismo Político como sector principal
    - 1.9.4.2. ¿Contrapoder o al servicio del poder?
  - 1.9.5. Desarrollo del Periodismo Político
    - 1.9.5.1. Periodismo en el tardofranquismo. Ley Fraga
    - 1.9.5.2. La importancia del Periodismo Político en la Transición
    - 1.9.5.3. El Periodismo Político cumbre en la nueva democracia
- 1.10. Periodismo Político y propaganda partidista en el siglo XXI
  - 1.10.1. Internet revoluciona la política
    - 1.10.1.1. Los partidos y su comunicación web
    - 1.10.1.2. Difusión propagandística en línea
    - 1.10.1.3. La expansión de las redes sociales y su importancia



- 1.10.2. El Periodismo Político, en el siglo XXI
  - 1.10.2.1. El salto del papel al en línea
  - 1.10.2.2. Difusión de información: la inmediatez de las webs y las redes sociales
  - 1.10.2.3. Relación del periodista con políticos y audiencia

## Asignatura 2. Ideologías y partidos

- 2.1. La cultura política, la socialización y las ideologías
  - 2.1.1. Valores, creencias, actitudes e ideologías en el sistema político
  - 2.1.2. Cultura política y sus dimensiones
  - 2.1.3. Socialización política: etapas y agentes
  - 2.1.4. Orientaciones políticas: ¿persistencia o cambio?
  - 2.1.5. Generaciones políticas (cohortes)
  - 2.1.6. El sistema político (D. Easton)
- 2.2. Actores y partidos en el sistema político
  - 2.2.1. La acción política y su diversidad: intensidad y especialización en la acción política
  - 2.2.2. Formas de hacer política: convencionales y no convencionales
  - 2.2.3. Aproximación a los actores y a los partidos políticos
  - 2.2.4. Los sistemas de partidos
  - 2.2.5. Los grupos de interés, lobbies y movimientos sociales
  - 2.2.6. Medios de comunicación
- 2.3. Comportamiento político y análisis electoral: identidades partidistas e ideológicas
  - 2.3.1. Representación política
  - 2.3.2. Sistema electoral: modelos y elementos
  - 2.3.3. La identidad de partido o identidad política
  - 2.3.4. Efectos de la identidad de partido
  - 2.3.5. El votante (partidista) ambivalente
  - 2.3.6. El votante persuasible o influenciable
- 2.4. Partidos Políticos, familias de partidos y clivaje social
  - 2.4.1. Qué es un partido político. Funciones y orígenes
  - 2.4.2. Evolución histórica y tipos de partidos políticos
  - 2.4.3. Familia de partidos y su clasificación
  - 2.4.4. Qué se entiende por clivaje social. Elementos y nuevas divisiones
- 2.5. La estructura interna y la organización de los partidos políticos
  - 2.5.1. La ley del hierro de la Oligarquía y ley de la disparidad curvilínea. El proceso de Oligarquización
  - 2.5.2. Democracia en los partidos políticos: salida, voz y lealtad
  - 2.5.3. La tipología de los partidos políticos: modelo originario y modelo de institucionalización
  - 2.5.4. Los partidos franquicia
  - 2.5.5. Más allá de la ley de la disparidad curvilínea. Escalones básicos y la ideología dentro de los partidos: líderes y militantes extremistas, centristas y desviados
- 2.6. Identificación partidista e ideologías
  - 2.6.1. Comportamiento electoral. Factores a largo y corto plazo
  - 2.6.2. Identificación partidista. Escuelas y modelos
  - 2.6.3. El rol de la ideología en los partidos políticos
- 2.7. Criterios de los Sistemas de partidos y crisis de los partidos políticos
  - 2.7.1. Sistema de partidos y fragmentación partidista
  - 2.7.2. Criterio 1: el número de partidos y el número efectivo de partidos
  - 2.7.3. Criterio 2: la polarización ideológica
  - 2.7.4. Criterio 3: el nivel de institucionalización y sus dimensiones: volatilidad electoral, grado de penetración y patrones de coalición
  - 2.7.5. Criterio 4: la nacionalización del sistema de partidos
  - 2.7.6. Crisis de los partidos políticos. El sentimiento antipartidista y sus tres dimensiones
- 2.8. Principales teoría e ideologías políticas
  - 2.8.1. El espectro y el posicionamiento ideológico
  - 2.8.2. El liberalismo y neoliberalismo
  - 2.8.3. El conservadurismo (utilitarismo) y neoconservadurismo
  - 2.8.4. Socialismo utópico y socialismo científico
  - 2.8.5. El totalitarismo
- 2.9. Del proceso de transición política a la democracia y sus actores
  - 2.9.1. La dictadura franquista: pilares y clivajes
  - 2.9.2. El proceso de cambio de régimen: ¿Transición o transacción?
  - 2.9.3. Los partidos políticos durante la transición y la democracia

- 2.10. Partidos Políticos y sistema político nacional
  - 2.10.1. Tipos de partidos presentes en la oferta partidista
  - 2.10.2. La estructura ideológica del sistema de partidos y su evolución
  - 2.10.3. Principales partidos políticos en el sistema de partidos actual

### Asignatura 3. Cronismo parlamentario y entornos políticos

- 3.1. Cronismo parlamentario: historia y evolución desde la Transición
  - 3.1.1. La crónica como género necesario
  - 3.1.2. Objetividad u honestidad
  - 3.1.3. De la dictadura a la crónica de Twitter
- 3.2. Las redes de comunicación en el Congreso
  - 3.2.1. Los servicios de prensa del Parlamento
  - 3.2.2. Herramientas de trabajo
  - 3.2.3. Las instalaciones y su uso
- 3.3. Especificidades de las actividades parlamentarias
  - 3.3.1. Seguimiento de la actividad ordinaria: la Mesa, Junta de portavoces y las comisiones
  - 3.3.2. Sesión plenaria
  - 3.3.3. Sesión de control
  - 3.3.4. Ruedas de prensa
  - 3.3.5. Investiduras
  - 3.3.6. Moción de censura
  - 3.3.7. Eventos y celebraciones especiales
- 3.4. Estructuras de prensa en entornos parlamentarios
  - 3.4.1. La actividad de los partidos en el Congreso
  - 3.4.2. Herramientas de contacto: Telegram, Whatsapp y directorio de comunicación
  - 3.4.3. Entrevistas y reacciones
- 3.5. Relaciones con partidos y obtención de fuentes e información
  - 3.5.1. Tratamiento con los servicios de prensa
  - 3.5.2. Las fuentes directas y su gestión
    - 3.5.2.1. El cuidado de las fuentes

- 3.6. El formato de las crónicas
  - 3.6.1. La crónica en papel
  - 3.6.2. Escribir para periódicos digitales
  - 3.6.3. Crónica de radio y televisión
- 3.7. Parlamentarismo y periodismo para redes sociales
  - 3.7.1. Redes sociales y partidos políticos
  - 3.7.2. Escribir por y para Twitter
    - 3.7.2.1. Breves en redes: de la crónica al despiece
- 3.8. Extremos Parlamentarios. Extrema Derecha y Extrema Izquierda
  - 3.8.1. Los minutos de gloria y el argumentario
  - 3.8.2. Periodismo de declaraciones
  - 3.8.3. Noticias falsas, bulos y altavoces de riesgo
- 3.9. Presiones y censura
  - 3.9.1. Los tentáculos del poder: Partidos (presiones directas e indirectas) y empresas
  - 3.9.2. La autocensura
  - 3.9.3. El respeto a la profesión
- 3.10. La redacción en otros entornos políticos
  - 3.10.1. Campañas electorales
  - 3.10.2. Noche electoral
  - 3.10.3. Seguimiento al Gobierno

### Asignatura 4. Comunicación política e institucional

- 4.1. La comunicación política
  - 4.1.1. No hay política sin comunicación
  - 4.1.2. Los intentos de definición de la comunicación política
  - 4.1.3. La noción de mensaje: concepción amplia de los actores y de los contenidos de comunicación
  - 4.1.4. La comunicación política como enfrentamiento de mensajes
  - 4.1.5. Las áreas de estudio de la comunicación política
  - 4.1.6. Modelo para el estudio de la comunicación política
    - 4.1.6.1. La acción dramática y la acción comunicativa
  - 4.1.7. Comunicación, política y opinión pública
    - 4.1.7.1. El papel de la comunicación en las elecciones democráticas: ¿Qué es y para qué sirve?

- 4.1.8. Comunicación política y nuevos medios
  - 4.1.8.1. ¿Cómo cambia la concepción de la comunicación política las nuevas tecnologías/nuevos medios?
- 4.1.9. Cambio social y cambio tecnológico:
  - 4.1.9.1. ¿Cómo entender la influencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación?
- 4.1.10. Mediatización y personalización de la comunicación política
- 4.2. Comunicación persuasiva
  - 4.2.1. Persuasión: perspectivas teóricas
  - 4.2.2. La fuente de persuasión: credibilidad, atractivo, el poder y otras
  - 4.2.3. El mensaje persuasivo: tipos, funciones, aspectos formales, preguntas retóricas
  - 4.2.4. El receptor: Persuadibilidad, procesamiento del mensaje, ¿predicción de conductas?
  - 4.2.5. El contexto de la persuasión: canal y medios de comunicación, la persona como contexto, la influencia de otros
  - 4.2.6. Auto-persuasión: disonancia cognitiva, autopercepción, compromiso y coherencia
  - 4.2.7. Modelos teóricos en persuasión:
    - 4.2.7.1. Modelo del aprendizaje
    - 4.2.7.2. Modelo de la respuesta cognitiva
  - 4.2.8. Modelos multi-proceso
    - 4.2.8.1. El Modelo de Probabilidad de Elaboración
    - 4.2.8.2. Modelo metacognitivo
  - 4.2.9. Resistencia ante la persuasión: La teoría de la inoculación, distracción y prevención
  - 4.2.10. Persistencia de los efectos persuasivos: el apagamiento del impacto persuasivo. El efecto adormecimiento
- 4.3. Nuevos Actores de la comunicación política
  - 4.3.1. La representación y la participación política
    - 4.3.1.1. Conceptos Relevantes: ¿por qué algunos ciudadanos participan algunas veces en las instituciones y otras veces en las calles o redes sociales?
  - 4.3.2. El auge de la participación "no convencional" y de la política de la protesta en las sociedades contemporáneas
  - 4.3.3. Los cambios en la comunicación política: la profesionalización
  - 4.3.4. Los cambios en la sociedad (I)
    - 4.3.4.1. Fragmentación de audiencia y globalización
  - 4.3.5. Los cambios en la sociedad (II)
    - 4.3.5.1. Nuevas prioridades, valores y problemática
  - 4.3.6. Los cambios en los medios: modificaciones en el proceso de selección
  - 4.3.7. Actores tradicionales (I)
    - 4.3.7.1. Los partidos políticos (organización y estructura)
  - 4.3.8. Actores tradicionales (II)
    - 4.3.8.1. El sistema de partido
  - 4.3.9. Actores no-tradicionales (I)
    - 4.3.9.1. Movimientos sociales
  - 4.3.10. Actores no-tradicionales (II)
    - 4.3.10.1. Grupos sociales que ven vulnerados sus derechos: mujeres y minorías
- 4.4. Técnicas para una comunicación efectiva: temas, discurso, cuenta cuentos y agenda
  - 4.4.1. Técnicas para hacer más efectiva la comunicación
  - 4.4.2. La importancia de los valores, los marcos y las emociones
  - 4.4.3. El discurso
    - 4.4.3.1. Elementos necesarios para escribir un discurso
    - 4.4.3.2. Estructura y partes que lo integran (arranque, desarrollo, conclusión)
  - 4.4.4. Estilo y tipos de discurso
  - 4.4.5. Técnicas retóricas de repetición; de elocuencia poética; retórica; usos de citas
  - 4.4.6. Cuenta cuentos (o cómo contar historias que persuadan)
  - 4.4.7. El lenguaje no verbal
  - 4.4.8. La red de temas y el mensaje: la agenda política
  - 4.4.9. Argumentos y eslóganes. Oratoria de Campaña
  - 4.4.10. Mitos y apelaciones emocionales
- 4.5. La Comunicación política de las instituciones
  - 4.5.1. Comunicación institucional. Intangibles. Notoriedad y reputación. Qué se comunica
  - 4.5.2. La gestión de la comunicación. La relación con los públicos
  - 4.5.3. El Director de Comunicación (Dircom) y los Gabinetes de Comunicación
    - 4.5.3.1. Funciones y responsabilidades
  - 4.5.4. Las agencias de comunicación:
    - 4.5.4.1. Organigrama, funciones, principales agencias de comunicación

- 4.5.5. Plan de Comunicación (I)
  - 4.5.5.1. Sesiones informativas e investigación
  - 4.5.5.2. Auditoría y los interesados
- 4.5.6. Plan de Comunicación (II)
  - 4.5.6.1. Objetivos, misión, visión, estrategias y tácticas
- 4.5.7. Calendario y presupuesto
  - 4.5.7.1. Evaluación y medición de resultados
  - 4.5.7.2. Recortes y Retorno de la Inversión
- 4.5.8. Formación de portavoces
  - 4.5.8.1. Enfrentarse a la entrevista
- 4.5.9. Sala de prensa
  - 4.5.9.1. La gestión de redes sociales desde el ámbito institucional
- 4.5.10. Tipos de actos institucionales
  - 4.5.10.1. Organización y difusión
- 4.6. Campañas electorales, medios de comunicación y decisión del voto
  - 4.6.1. ¡Sin elecciones, no hay democracia!
    - 4.6.1.1. La comunicación política como enfrentamientos de mensajes
  - 4.6.2. ¿Qué hacen las campañas electorales?
    - 4.6.2.1. Efectos de las campañas electorales sobre la decisión de voto, la participación política y la desmovilización
  - 4.6.3. La investigación sobre efectos de los medios y las campañas electorales en perspectiva comparada
    - 4.6.3.1. Principales preguntas de investigación, objetivos, teorías y hallazgos
  - 4.6.4. Perfil del candidato: deseado vs. real
  - 4.6.5. El análisis del contexto: delimitaciones, marco legal, segmentación del votante
  - 4.6.6. Elaboración del mensaje electoral: el componente partidista, el componente programático, el componente personal y el ajustado equilibrio del mensaje electoral
  - 4.6.7. La comunicación del mensaje electoral (I): logo, eslogan y organización de eventos
  - 4.6.8. La comunicación del mensaje electoral (II): la publicidad electoral, la relación entre partidos políticos y medios de comunicación y mercadotecnia directa
  - 4.6.9. La nueva comunicación de los actores políticos y los medios
  - 4.6.10. El ataque en las campañas electorales
- 4.7. Candidatos, estrategias y organización de las campañas electorales
  - 4.7.1. Liderazgo
    - 4.7.1.1. Habilidades que debe tener un candidato para ser exitoso
  - 4.7.2. Diseño y planificación de las campañas
    - 4.7.2.1. ¿Cómo se hace una campaña electoral?
    - 4.7.2.2. Etapas. Diseño, planificación e implementación de las campañas
  - 4.7.3. Estructura organizativa de la campaña
  - 4.7.4. Recursos de movilización
    - 4.7.4.1. Centralización vs. descentralización
    - 4.7.4.2. Profesionalización vs. amateurismo
  - 4.7.5. Estrategias
    - 4.7.5.1. Mediáticas, programáticas y clientelares
  - 4.7.6. Implementación de la campaña
    - 4.7.6.1. Herramientas de movilización física: centradas en el contacto personal con el elector vs. centradas en los medios de comunicación
  - 4.7.7. Estrategias organizativas I
    - 4.7.7.1. Campañas centradas en el candidato vs. campañas centradas en el partido
  - 4.7.8. Estrategias organizativas II
    - 4.7.8.1. Campañas centradas en el capital vs. campañas centradas en el trabajo intensivo
  - 4.7.9. La dimensión territorial de las campañas electorales
  - 4.7.10. La dimensión digital de las campañas electorales
- 4.8. Espacios publicitarios, debates y campañas negativas
  - 4.8.1. Análisis de spots como una manera de identificar estrategias y conocer el modo en que se hace campaña
  - 4.8.2. El análisis de marcos en el estudio de los espacios publicitarios
  - 4.8.3. Tipos: enmarcados verbales, visuales, aurales
  - 4.8.4. ¿Para qué sirven los debates?
  - 4.8.5. Formatos de Debate
  - 4.8.6. Estrategias de ataque y defensa
  - 4.8.7. Estilos discursivos
  - 4.8.8. Latiguillos
  - 4.8.9. Réplicas
  - 4.8.10. Campaña negativa: Tácticas de ataque y contraataque



- 4.9. Comunicación gubernamental y de Crisis
  - 4.9.1. "Gobierno bien, pero comunico mal". Definición de la comunicación de gobierno
  - 4.9.2. El objetivo de la Comunicación Gubernamental y de Políticas Públicas: Legitimar más que publicitar
  - 4.9.3. El "mito de gobierno"
  - 4.9.4. El cambio de paradigma en la gestión y los procesos convergentes
  - 4.9.5. La gestión del día a día versus la estrategia de mediano plazo
  - 4.9.6. Los gobernautas y la relación gobierno-ciudadanos
  - 4.9.7. La definición de crisis, de conflicto y controversias
  - 4.9.8. Los escándalos públicos
  - 4.9.9. El proceso de gestión de la reputación personal e institucional y su relación con la comunicación gubernamental. La subjetividad
  - 4.9.10. Los equipos de gestión de crisis. El factor sorpresa
- 4.10. La política en el siglo XXI
  - 4.10.1. Redes sociales
    - 4.10.1.1. Qué son, para qué sirven, Estadísticas y Datos
  - 4.10.2. Análisis de redes sociales
    - 4.10.2.1. Grafos, influencia, métricas
  - 4.10.3. Herramientas de medición y monitoreo
  - 4.10.4. Posicionamiento y técnicas de optimización: Optimización de Motores de Búsqueda
  - 4.10.5. Publicidad en línea (AdWords y nuevas plataformas)
  - 4.10.6. Estrategias de captación de seguidores
  - 4.10.7. Las estrategias comunicativas del activismo político en las redes sociales, mediación, monitorización y construcción inversa de la agenda
  - 4.10.8. Desarrollo e implementación de Campañas 2.0
  - 4.10.9. Ciberpolítica y sus efectos sobre la participación y movilización de los jóvenes y la ciudadanía
  - 4.10.10. Retos y dilemas: la desinformación e infoxicación

## Asignatura 5. Análisis del discurso político

- 5.1. Opinión Pública y democracia
  - 5.1.1. De la democracia ateniense a la democracia representativa
  - 5.1.2. La organización de un Estado democrático
    - 5.1.2.1. División de poderes y libertad de prensa
    - 5.1.2.2. Régimen de opinión pública
    - 5.1.2.3. Derechos Humanos e Igualdad
  - 5.1.3. El papel de la opinión pública en un sistema democrático
    - 5.1.3.1. La formación de la opinión pública
    - 5.1.3.2. La Sondeocracia
- 5.2. La política en discurso
  - 5.2.1. Cualidades de un discurso
    - 5.2.1.1. Clases y géneros discursivos
  - 5.2.2. ¿Qué es el discurso político?
    - 5.2.2.1. Objetivo del discurso político
    - 5.2.2.2. Características generales del discurso político
  - 5.2.3. El Discurso social
    - 5.2.3.1. Los conceptos de Interdiscurso y Preconstruido situacional y cultural
    - 5.2.3.2. Memorias discursivas. La hegemonía en la teoría del discurso
  - 5.2.4. Función y dimensión del discurso político
    - 5.2.4.1. Clasificación de discursos políticos
    - 5.2.4.2. La dimensión ideológica y la del poder
  - 5.2.5. Radio, televisión y redes sociales. La evolución del discurso político en el tiempo
  - 5.2.6. Teorías psicológicas del lenguaje
    - 5.2.6.1. Teoría de la respuesta cognitiva
    - 5.2.6.2. Teoría de los marcos relacionales
    - 5.2.6.3. Teoría de la disonancia cognitiva

- 5.3. La retórica
  - 5.3.1. Definición y origen de la retórica
    - 5.3.1.1. Grecia
      - 5.3.1.1.1. La retórica clásica de Aristóteles
      - 5.3.1.1.2. Ethos, pathos y logos
    - 5.3.1.2. Roma
      - 5.3.1.2.1. La retórica según Cicerón
      - 5.3.1.2.2. Composición del discurso: Inventio, dispositio, elocutio, memoria y actio
    - 5.3.1.3. Edad Media
    - 5.3.1.4. Época contemporánea
  - 5.3.2. La narratividad o él cuenta cuentos: el poder de la metáfora
  - 5.3.3. La persuasión y la manipulación
- 5.4. La oratoria
  - 5.4.1. Introducción a la oratoria
  - 5.4.2. La expresión oral
    - 5.4.2.1. Claves iniciales
    - 5.4.2.2. El lenguaje: palabras, frases y tecnicismos
  - 5.4.3. La comunicación no verbal
    - 5.4.3.1. Gestualización (brazos y manos)
    - 5.4.3.2. El rostro (sonrisa y mirada)
    - 5.4.3.3. El movimiento corporal
      - 5.4.3.3.1. Campos de la comunicación no verbal: proxémica, kinésica y paralenguaje
  - 5.4.4. La comunicación paraverbal
    - 5.4.4.1. Tono, modulación y volumen
    - 5.4.4.2. Velocidad, pausas y muletillas
  - 5.4.5. Aspectos contextuales de una intervención en público
- 5.5. La conformación y definición de la imagen de un político
  - 5.5.1. El discurso importa, la imagen se impone
    - 5.5.1.1. Contexto personal y trayectoria
    - 5.5.1.2. Credibilidad, carisma y relato
    - 5.5.1.3. La indumentaria
      - 5.5.1.4. Actitudes y comportamiento
  - 5.5.2. Integración del componente racional y emocional en las opiniones políticas
    - 5.5.2.1. Mensaje y comunicación emocional
  - 5.5.3. La importancia de los encuadres
  - 5.5.4. La personalización política: La imagen del político como estrategia electoral
    - 5.5.4.1. La televisión como medio de comunicación de masas
    - 5.5.4.2. Erosión de las identidades sociales y partidistas
    - 5.5.4.3. Debilitamiento de la estructura de clivajes
  - 5.5.5. La influencia electoral de los líderes en las democracias parlamentarias y presidencialistas
  - 5.5.6. Nuevos liderazgos
    - 5.5.6.1. Referentes femeninos
- 5.6. La función de los medios de comunicación en el proceso electoral
  - 5.6.1. Los medios de comunicación y la política
  - 5.6.2. La labor de información a la ciudadanía
    - 5.6.2.1. Difusión informativa de manera justa y equitativa
  - 5.6.3. La relación con los partidos políticos
    - 5.6.3.1. Espacios y tiempos
    - 5.6.3.2. Caravana de periodistas de los partidos
    - 5.6.3.3. Organización y cobertura de debates electorales
  - 5.6.4. Teorías sobre los efectos de los medios de comunicación y las redes sociales
    - 5.6.4.1. La influencia de los medios de comunicación en los procesos electorales
  - 5.6.5. Sondeos y encuestas de opinión pública
    - 5.6.5.1. Regulación normativa

- 5.7. La propaganda política y electoral
  - 5.7.1. De Pompeya hasta la actualidad: recorrido histórico por la propaganda política
  - 5.7.2. Estrategias de comunicación en la propaganda política
    - 5.7.2.1. La campaña negativa
    - 5.7.2.2. La campaña positiva-propositiva
    - 5.7.2.3. Campaña emocional
  - 5.7.3. Análisis del discurso en afiches
    - 5.7.3.1. Casos de Europa
    - 5.7.3.2. Casos de América
  - 5.7.4. Análisis del discurso en espacios publicitarios electorales
  - 5.7.5. Análisis del discurso en redes sociales
  - 5.7.6. Propaganda institucional
- 5.8. El discurso político. Herramientas para su estudio
  - 5.8.1. La comunicación de gobierno versus comunicación electoral
  - 5.8.2. Discurso político interno y discurso político externo
    - 5.8.2.1. Intervención parlamentaria
    - 5.8.2.2. Comunicados orales
    - 5.8.2.3. Entrevista
    - 5.8.2.4. Mitin
    - 5.8.2.5. Debate
  - 5.8.3. Características específicas del discurso en el ámbito político
    - 5.8.3.1. Marcadores discursivos
    - 5.8.3.2. Eufemismos y disfemismos
    - 5.8.3.3. Falacias formales e informales en el discurso
    - 5.8.3.4. Recursos retóricos frecuentes: La metáfora política
  - 5.8.4. Uso e interpretación de otros recursos pragmáticos
    - 5.8.4.1. Sarcasmo, humor e ironía
- 5.9. Elaboración de discursos
  - 5.9.1. Los lológrafos de la Grecia antigua
    - 5.9.1.1. La figura del escritor de discursos
  - 5.9.2. El carácter tridimensional del mensaje
    - 5.9.2.1. La importancia de las problemáticas o temas
  - 5.9.3. Estrategias específicas de redacción del discurso
  - 5.9.4. La estructura de un discurso
    - 5.9.4.1. Introducción
    - 5.9.4.2. Desarrollo
    - 5.9.4.3. Cierre
    - 5.9.4.4. Preguntas
  - 5.9.5. Errores habituales
    - 5.9.5.1. Oralidad e improvisación
    - 5.9.5.2. Neologismos, extranjerismos y tecnicismos
  - 5.9.6. Grandes discursos y oradores de la historia
- 5.10. El lenguaje inclusivo y no sexista
  - 5.10.1. La importancia del lenguaje
  - 5.10.2. El lenguaje inclusivo y no sexista: conceptualización y límites
    - 5.10.2.1. Regulación normativa
  - 5.10.3. Uso sexista de la lengua
    - 5.10.3.1. Falsos genéricos
    - 5.10.3.2. Asimetrías
    - 5.10.3.3. La anteposición del masculino
  - 5.10.4. Técnicas para un uso inclusivo del lenguaje
    - 5.10.4.1. Discusión sobre el desdoblaje de palabras y el uso de otros elementos como barras, arrobas y vocal "e"
  - 5.10.5. Lenguaje inclusivo como reivindicación política y social
    - 5.10.5.1. Compromiso con la igualdad de género y movimiento feminista
  - 5.10.6. Lenguaje inclusivo en la administración pública

**Asignatura 6. Periodismo Político internacional y estructuras globales**

- 6.1. Política internacional
  - 6.1.1. Latinoamérica
  - 6.1.2. Estados Unidos de América
  - 6.1.3. China
  - 6.1.4. Rusia
  - 6.1.5. Oriente Medio y Magreb
  - 6.1.6. Europa
  - 6.1.7. África subsahariana
- 6.2. Globalización
  - 6.2.1. Conceptos de globalización/globalismo/globalidad
  - 6.2.2. Olas de la globalización
  - 6.2.3. Comunicación internacional
    - 6.2.3.1. El papel de la comunicación en la globalización
  - 6.2.4. Culturas en la globalización e identidades supranacionales
- 6.3. Grandes organismos internacionales y supranacionales
  - 6.3.1. Unión Europea
    - 6.3.1.1. Creación e historia
    - 6.3.1.2. Competencias
    - 6.3.1.3. Instituciones
    - 6.3.1.4. La Unión Europea en la actualidad
  - 6.3.2. Organización de las Naciones Unidas
    - 6.3.2.1. Creación e historia
    - 6.3.2.2. Órganos principales
    - 6.3.2.3. Reforma del Consejo de Seguridad
    - 6.3.2.4. Documentos principales
    - 6.3.2.5. De los Objetivos del Milenio, a la Agenda 2030, y ¿ahora qué?
  - 6.3.3. La importancia de los organismos supranacionales
- 6.4. Otros organismos internacionales
  - 6.4.1. Organización del Tratado Del Atlántico Norte (OTAN)
  - 6.4.2. Organización para la Seguridad y La Cooperación En Europa (OSCE)
  - 6.4.3. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)
  - 6.4.4. Asociación De Naciones Del Sudeste Asiático (ASEAN)
  - 6.4.5. Unión Africana
- 6.5. Conflictos internacionales abiertos o recientes y terrorismo internacional
  - 6.5.1. Oriente Medio (Irak, Afganistán, Siria, Yemen)
  - 6.5.2. Conflicto árabe-israelí
  - 6.5.3. Guerra de los Balcanes
  - 6.5.4. Hong Kong y Taiwán
  - 6.5.5. Guerrillas en Colombia
  - 6.5.6. Al Qaeda e Isis
- 6.6. Tipos de regímenes alrededor del mundo
  - 6.6.1. Tipos de regímenes en la actualidad
  - 6.6.2. Medición de los regímenes
  - 6.6.3. Informe País y Evaluación de Riesgos
- 6.7. Derechos humanos, ayuda internacional y cooperación al desarrollo
  - 6.7.1. Declaración Universal de los Derechos Humanos
  - 6.7.2. Derechos Humanos a nivel europeo
    - 6.7.2.1. Convenio para la Protección de Derechos Humanos y Libertades Fundamentales)
  - 6.7.3. Ayuda Internacional y Cooperación al Desarrollo
- 6.8. Movimientos sociales desde los años 60 hasta la actualidad y cambios en la cobertura mediática
  - 6.8.1. Mayo del 68
  - 6.8.2. Movimiento hippie
  - 6.8.3. Libertades civiles
  - 6.8.4. Caída del muro de Berlín
  - 6.8.5. 8M
  - 6.8.6. Viernes por el Futuro (Fridays for the Future)
  - 6.8.7. Las Vidas "Negras" Cuentan (Black Lives Matter)
- 6.9. Cobertura mediática de la nueva política y los nuevos populismos
  - 6.9.1. Donald Trump
  - 6.9.2. Bolsonaro
  - 6.9.3. Brexit
- 6.10. Régimen medioambiental internacional
  - 6.10.1. Problemas medioambientales globales
  - 6.10.2. Actores internacionales involucrados
  - 6.10.3. Desarrollo Sostenible (de la Conferencia de Estocolmo a la Agenda 2030)
  - 6.10.4. Convención Marco de las Naciones Unidas Sobre el Cambio Climático (UNFCCC)



### Asignatura 7. Comunicación en diversidad y género

- 7.1. Comunicación y diversidad. Una aproximación conceptual
  - 7.1.1. ¿Existe discriminación en los medios?
    - 7.1.1.1. ¿Qué es la diversidad?
    - 7.1.1.2. Discriminación en los medios
    - 7.1.1.3. La importancia del diálogo
  - 7.1.2. Perspectiva internacional de la diversidad
  - 7.1.3. La invisibilización también es discriminación
    - 7.1.3.1. Discriminación clásica VS invisibilización
    - 7.1.3.2. El ejemplo de la Corporación de Radiodifusión Británica (BBC)
- 7.2. Comunicación inclusiva
  - 7.2.1. Integración e inclusión
  - 7.2.2. Principales diferencias entre integración e inclusión
  - 7.2.3. Por qué es importante
- 7.3. Evolución del lenguaje en los medios
  - 7.3.1. Los cambios en la comunicación
  - 7.3.2. La comunicación diversa hoy en día
  - 7.3.3. De la homogeneidad a la heterogeneidad
- 7.4. Reglamentación sobre diversidad en la comunicación política
  - 7.4.1. Los límites de la libertad de expresión
  - 7.4.2. Tipos de reglamentaciones
  - 7.4.3. Reglamentos internacionales
- 7.5. Mujer política en los medios
  - 7.5.1. El techo de cristal en comunicativo
  - 7.5.2. ¿Es igual la representación?
  - 7.5.3. Los ejemplos más representativos
- 7.6. Tratamiento mediático de la diversidad sexual y de género
  - 7.6.1. Principales conceptos del colectivo LGTBI+ (Lesbianas, gays, transexuales, bisexuales e intersexuales)
  - 7.6.2. Más allá de los estereotipos
  - 7.6.3. Ejemplos

- 7.7. Racismo y diversidad cultural
  - 7.7.1. El movimiento antirracista e intercultural
  - 7.7.2. De la omisión a la descalificación
  - 7.7.3. Cuando no tienes elección
- 7.8. Visibilidad de los movimientos sociales
  - 7.8.1. El valor de la visibilidad
  - 7.8.2. La convivencia en los espacios públicos
  - 7.8.3. Movimientos sociales con mayor notoriedad mediática
- 7.9. Toma de los espacios mediáticos
  - 7.9.1. La cesión de espacios a colectivos discriminados
  - 7.9.2. La importancia de la toma del espacio
  - 7.9.3. Ejemplos de la toma del espacio
- 7.10. Guía de buenas prácticas
  - 7.10.1. Responsabilidad social de los medios
  - 7.10.2. Buenas prácticas para profesionales
  - 7.10.3. Buenas prácticas para no profesionales

### Asignatura 8. Análisis y gestión de las redes sociales para influir y comunicar

- 8.1. Bienvenidos a Matrix. Historia de las redes
  - 8.1.1. Una historia muy reciente: De dónde vienen las redes sociales (RRSS)
  - 8.1.2. ¿Cómo se han usado en la historia política?
  - 8.1.3. La comunicación en redes (sola) no gana elecciones
- 8.2. ¿Qué es una red social?
  - 8.2.1. Conceptos avanzados de redes sociales
  - 8.2.2. Qué hay que saber de los algoritmos de las redes sociales
  - 8.2.3. Un algoritmo para cada red social. Cómo funcionan
  - 8.2.4. Teoría de las Redes sociales
- 8.3. ¿Qué Redes sociales son políticas?
  - 8.3.1. Principales redes sociales para la comunicación política
  - 8.3.2. Mensajería: WhatsApp, Telegram, Signal y otras
  - 8.3.3. Redes de masas: Facebook, Twitter, Instagram
  - 8.3.4. Lo que viene: Tik Tok
  - 8.3.5. Redes ideológicas: Red Social GAB

- 8.4. ¿Se han estado usando bien las redes sociales?
  - 8.4.1. Manual de uso de distintas redes sociales
  - 8.4.2. Errores frecuentes en las redes sociales
  - 8.4.3. Ejemplos de buen uso comunicativo de las redes sociales
- 8.5. Explorar y gestionar las Redes sociales
  - 8.5.1. Para qué sirve explorar y gestionar las redes sociales
  - 8.5.2. Cómo hacerlo
  - 8.5.3. Herramientas prácticas
- 8.6. Líderes de Opinión en redes sociales (Influencers): Verificación las redes
  - 8.6.1. Cómo ha cambiado la difusión de la política con las redes sociales
  - 8.6.2. Todo es verdad hasta que puedes demostrarlo
  - 8.6.3. Cómo verificar y contrastar las noticias falsas en redes
  - 8.6.4. Herramientas para la verificación
  - 8.6.5. Cómo tratan la política cada red social
- 8.7. Medir e informar de las redes sociales
  - 8.7.1. Para qué medir en las redes sociales
  - 8.7.2. Cómo medir el impacto que tenemos en las redes sociales
  - 8.7.3. Herramientas para la medición y la monitorización
  - 8.7.4. Explicar lo que hemos medido a expertos y no tan expertos
- 8.8. Publicidad en las redes sociales
  - 8.8.1. ¿Es útil la publicidad en las redes sociales?
  - 8.8.2. La publicidad política en las redes sociales
  - 8.8.3. Cómo monitorizar e investigar la publicidad política
- 8.9. Las Etiquetas (Hashtags). Innovación en redes sociales
  - 8.9.1. Innovando en comunicación política en las redes
  - 8.9.2. Un acercamiento a la política en Tik Tok y otras apps que son ya presente comunicativo de la política
- 8.10. El futuro de las redes sociales
  - 8.10.1. Tecnología de futuro, redes e innovación en la comunicación
  - 8.10.2. Prospección de la comunicación política en las redes sociales

## Asignatura 9. Análisis de datos políticos y demoscopia

- 9.1. Los datos y la política
  - 9.1.1. La introducción de los datos en la política
  - 9.1.2. Primeras encuestas y sondeos electorales
  - 9.1.3. El siglo XX y la expansión de los datos
  - 9.1.4. Tipos de datos: estructurados y no estructurados
  - 9.1.5. La Demoscopia y la opinión pública
  - 9.1.6. Fuentes de datos: de la administración a las redes
- 9.2. La elaboración de encuestas
  - 9.2.1. Extracción de datos: la encuesta y el sondeo
  - 9.2.2. Métodos y herramientas
  - 9.2.3. La muestra
  - 9.2.4. Representación y aleatorización de la muestra
- 9.3. Capacidad de predicción de las encuestas
  - 9.3.1. Qué nos dice una encuesta
  - 9.3.2. Intervalos de confianza y márgenes de error
  - 9.3.3. Tendencia y clima de opinión
  - 9.3.4. Ejemplos recientes
    - 9.3.4.1. Brexit
    - 9.3.4.2. Trump
    - 9.3.4.3. Colombia
    - 9.3.4.4. España
- 9.4. La Cocina Electoral
  - 9.4.1. Elementos para la cocina electoral
    - 9.4.1.1. Intención de voto
    - 9.4.1.2. Simpatía
    - 9.4.1.3. El recuerdo de voto
  - 9.4.2. El votante fiel
  - 9.4.3. Voto indeciso
  - 9.4.4. Abstencionismo
  - 9.4.5. Otros indicadores útiles del voto
  - 9.4.6. ¿Es un error "cocinar" los datos?

- 9.5. Base de Datos
  - 9.5.1. ¿Qué es la base de datos?
  - 9.5.2. Datos en las redes sociales
  - 9.5.3. Creando enlaces (bridging) y vínculos (bonding) en social capital
  - 9.5.4. Desinformación:
    - 9.5.4.1. Robot Informático
    - 9.5.4.2. Cámara de eco
    - 9.5.4.3. Bulos
    - 9.5.4.4. Procesamiento del lenguaje natura (NLP) ¿y más allá?
- 9.6. Los datos electorales
  - 9.6.1. Los datos como herramienta política
    - 9.6.1.1. Segmentación
  - 9.6.2. Las campañas electorales en el mundo datos
  - 9.6.3. La hiperinformación: ¿problema o ventaja?
  - 9.6.4. Hacia una ética del uso de datos
- 9.7. Los datos y la opinión pública
  - 9.7.1. El debate público como tablero
  - 9.7.2. Objetivo: condicionar la agenda
  - 9.7.3. Datos y Medios de Comunicación
  - 9.7.4. Votantes
  - 9.7.5. Pérdida de confianza
  - 9.7.6. Otras formas de analizar la opinión pública: Estudios cualitativos
- 9.8. La visualización de datos
  - 9.8.1. La comunicación eficaz de los datos
  - 9.8.2. Recomendaciones estéticas para gráficos e ilustraciones
  - 9.8.3. Mapas y visualizaciones geográficas
  - 9.8.4. Malas prácticas en la visualización de datos
- 9.9. Análisis Político a partir de los datos
  - 9.9.1. La dimensión nacionalista
  - 9.9.2. Bipartidismo e irrupción de nuevos partidos
  - 9.9.3. Participación y abstención política
  - 9.9.4. Dos brechas que nos separan: género y generación

- 9.10. El mundo en la era de los datos
  - 9.10.1. Noticias falsas
  - 9.10.2. Más información y más polarizados
    - 9.10.2.1. Nuevas formas de protesta
    - 9.10.2.2. Globalización: el elefante en la habitación
    - 9.10.2.3. Dos crisis que nos definen: economía y cultura

## Asignatura 10. Periodismo de fuentes, ética profesional y noticias falsas

- 10.1. Fuentes de información en el Periodismo Político
  - 10.1.1. La legitimidad del medio de comunicación
  - 10.1.2. Relación del periodista con los partidos políticos
    - 10.1.2.1. Relación con el partido
    - 10.1.2.2. Relación con el político
  - 10.1.3. Relación del periodista con las instituciones
    - 10.1.3.1. Relación con los departamentos de comunicación
  - 10.1.4. Problemas con las fuentes
- 10.2. Límites reales y jurídicos del Periodismo Político
  - 10.2.1. Las bases aplicadas del derecho de la información
  - 10.2.2. Recursos políticos ante los periodistas
  - 10.2.3. La confrontación del poder político al poder mediático
- 10.3. Ética profesional
  - 10.3.1. La conciencia
    - 10.3.1.1. Dilema ético y conciencia moral
    - 10.3.1.2. Problemas de conciencia
  - 10.3.2. Justicia para los profesionales de la comunicación política
  - 10.3.3. Ética general aplicada a la ética profesional
  - 10.3.4. Profesión y conducta profesional
  - 10.3.5. Responsabilidad sobre las consecuencias de la información
  - 10.3.6. Autorregulación y autocensura
  - 10.3.7. Códigos deontológicos
    - 10.3.7.1. Principios internacionales de ética profesional del Periodismo
    - 10.3.7.2. Declaración de Principios sobre la conducta de los periodistas
    - 10.3.7.3. Resolución 1003 sobre la Ética del Periodismo
    - 10.3.7.4. Código deontológico

- 10.4. La ética periodística en el desempeño real del periodista político
  - 10.4.1. Contexto actual. ¿Falta de ética?
    - 10.4.1.1. Actuación de medios
    - 10.4.1.2. Actuación de partidos
    - 10.4.1.3. Actuación de políticos
  - 10.4.2. Problemas éticos en la información política actual
  - 10.4.3. El periodista político ante la autocensura
    - 10.4.3.1. Ejemplos
  - 10.4.4. Diferencias ideológicas con la propia publicación
- 10.5. La era de las noticias falsas
  - 10.5.1. Surgimiento del bulo con el surgimiento del periodismo
    - 10.5.1.1. Amarillismo y su desarrollo
  - 10.5.2. Aprovechamiento político histórico de la desinformación
  - 10.5.3. Por qué se intensifican las noticias falsas en las últimas décadas
    - 10.5.3.1. En Estados Unidos de América
    - 10.5.3.2. En Europa
    - 10.5.3.3. En España
  - 10.5.4. Desinformación intencionada desde las fuentes
- 10.6. Informaciones fraudulentas y bulos en el Periodismo Político
  - 10.6.1. La política y la desinformación. Un problema para el periodista
    - 10.6.1.1. Estados Unidos de América y el rechazo a los medios
    - 10.6.1.2. La fagocitación política de los medios públicos y privados
  - 10.6.2. Medios de desinformación
  - 10.6.3. Consecuencias y beneficiados de la desinformación
- 10.7. Contraste de información y verificación
  - 10.7.1. Las verificadoras y empresas de comprobación de hechos
    - 10.7.1.1. Internacional
    - 10.7.1.2. Plataformas Nacional, Maldita y Newtral
  - 10.7.2. Verificación institucional
  - 10.7.3. El trabajo de verificación desde los medios
    - 10.7.3.1. El redactor-verificador
    - 10.7.3.2. La implementación de la verificación en los medios tradicionales
  - 10.7.4. La verificación intencionada desde los partidos
- 10.8. Legislación contra la desinformación: Censura o beneficio
  - 10.8.1. Iniciativas legislativas sobre desinformación
    - 10.8.1.1. Estados Unidos de América
    - 10.8.1.2. Europa
  - 10.8.2. Las posibilidades de la verificación institucional como arma contra el bulo
    - 10.8.2.1. Partidos
    - 10.8.2.2. Instituciones
  - 10.8.3. Opinión pública sobre la verificación oficial
  - 10.8.4. Opciones legislativas futuras contra la desinformación
    - 10.8.4.1. Internacionales
    - 10.8.4.2. Nacionales
  - 10.8.5. El peligro de la censura
- 10.9. El futuro de la desinformación
  - 10.9.1. Procesos informativos del futuro
    - 10.9.1.1. En los medios
    - 10.9.1.2. En las fuentes
    - 10.9.1.3. En el receptor
  - 10.9.2. Ideas periodísticas sobre la erradicación de las noticias falsas
  - 10.9.3. La incidencia de las redes sociales en la propagación o corte de los bulos
  - 10.9.4. La sociedad contra la desinformación
    - 10.9.4.1. Opciones profesionales
    - 10.9.4.2. Opciones sociales
- 10.10. El periodista verificador vs el redactor de bulos
  - 10.10.1. La visión intelectual de los procesos de desinformación
  - 10.10.2. Manipulación profesional contra manipulación malintencionada
  - 10.10.3. Ganar la carrera al bulo
    - 10.10.3.1. Defensa del periodismo ético y contrastado
    - 10.10.3.2. Rechazo profesional a los medios propagadores de noticias falsas
  - 10.10.4. El futuro del Periodismo Político



# 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 Periodismo Político tiene como objetivo preparar profesionales que puedan responder a las demandas de un entorno informativo complejo y cambiante, adquiriendo una especialización que les permita comunicar de forma rigurosa y ética los temas políticos más relevantes. Para lograrlo, el plan de estudios ofrece un enfoque académico orientado a la práctica, que se centra en el desarrollo de habilidades avanzadas en investigación, análisis de sistemas políticos y comunicación multimedia.

*Living  
SUCCESS*





“

*Gestionarás la Comunicación Política a través de plataformas digitales, entendiendo el impacto de las redes sociales en la opinión pública”*



## Objetivos generales

---

- ♦ Identificar los factores disruptivos del pensamiento político que fraguaron el desarrollo de la opinión pública a través de los inicios de los medios de comunicación
- ♦ Identificar los diferentes canales de comunicación disponibles entre formaciones políticas y prensa en las Cortes Generales
- ♦ Examinar y relacionar la comunicación política con las ciencias sociales y, en particular, con las teorías de la comunicación
- ♦ Analizar el papel de la comunicación de las instituciones políticas en el marco de las democracias contemporáneas
- ♦ Elaborar y analizar discursos políticos destinados a diferentes entornos y audiencias, así como ejecutarlos verbalmente con eficacia comunicativa
- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación eficaces para convertirse en un excelente portavoz y comunicador en entorno profesional
- ♦ Analizar la actuación de los medios de comunicación dentro de las esferas políticas internacionales y los conflictos armados
- ♦ Ejercer de forma ética la profesión periodística dentro de los entornos políticos
- ♦ Determinar el funcionamiento de las relaciones del periodista con partidos e instituciones para lograr obtener la información deseada
- ♦ Discernir y filtrar informaciones veraces y no intencionadas de bulos que traten de fomentar la desinformación ciudadana





## Objetivos específicos

---

### Asignatura 1. Periodismo Político, propaganda y filosofía del pensamiento

- ♦ Comprender las bases filosóficas que influyen en el Periodismo Político y en la percepción social de la realidad política
- ♦ Analizar los mecanismos de propaganda y su impacto en el pensamiento colectivo y en la formación de opiniones

### Asignatura 2. Ideologías y partidos

- ♦ Identificar y distinguir las principales ideologías políticas y su evolución histórica en distintos contextos socioculturales
- ♦ Examinar el funcionamiento de los partidos políticos y su papel en la representación de ideologías dentro de los sistemas democráticos

### Asignatura 3. Cronismo parlamentario y entornos políticos

- ♦ Evaluar la dinámica parlamentaria y las prácticas de cronismo que afectan la transparencia y la eficiencia legislativa
- ♦ Investigar los diversos entornos políticos y cómo influyen en las relaciones de poder y toma de decisiones parlamentarias

### Asignatura 4. Comunicación política e institucional

- ♦ Desarrollar habilidades para diseñar estrategias de comunicación en entornos políticos e institucionales, atendiendo a sus necesidades específicas
- ♦ Analizar los procesos de comunicación en instituciones públicas y su rol en la transparencia y la interacción con la ciudadanía

### Asignatura 5. Análisis del discurso político

- ♦ Desarrollar técnicas para descomponer y analizar discursos políticos, identificando intenciones y estrategias comunicativas
- ♦ Examinar los elementos retóricos y persuasivos utilizados en el discurso político para influir en la opinión pública

### Asignatura 6. Periodismo Político internacional y estructuras globales

- ♦ Evaluar las estructuras globales y su impacto en el Periodismo Político, especialmente en temas de diplomacia y conflictos internacionales
- ♦ Analizar cómo las políticas y eventos internacionales son cubiertos y presentados por los medios, y su influencia en la opinión pública global

### Asignatura 7. Comunicación en diversidad y género

- ♦ Comprender la importancia de la inclusión y la equidad en la comunicación política, promoviendo una representación justa de la diversidad y el género
- ♦ Analizar los desafíos de comunicar con perspectiva de género y diversidad en entornos políticos, evitando estereotipos y sesgos

### Asignatura 8. Análisis y gestión de las redes sociales para influir y comunicar

- ♦ Desarrollar habilidades para gestionar y analizar redes sociales en el ámbito político, optimizando su uso para la comunicación e influencia
- ♦ Evaluar el impacto de las redes sociales en la difusión de información política y en la construcción de la imagen pública



#### **Asignatura 9. Análisis de datos políticos y demoscopia**

- ♦ Aplicar técnicas de análisis de datos y demoscopia para interpretar tendencias políticas y el comportamiento del electorado
- ♦ Desarrollar la capacidad de presentar datos y resultados de forma clara y objetiva, facilitando la comprensión de tendencias y análisis políticos

#### **Asignatura 10. Periodismo de fuentes, ética profesional y noticias falsas**

- ♦ Desarrollar criterios éticos sólidos para la selección y verificación de fuentes en el Periodismo Político, promoviendo la integridad informativa
- ♦ Identificar y analizar las características de las noticias falsas, aprendiendo técnicas para combatir la desinformación en el ámbito político





“ Manejarás las técnicas más sofisticadas para comunicar informaciones de manera responsable durante situaciones de crisis políticas, gestionando la incertidumbre y evitando la propagación de desinformación”

# 06

## Salidas profesionales

A través de esta Maestría Oficial Universitaria, los profesionales del Periodismo estarán preparados para asumir roles de alta responsabilidad en el ámbito de la comunicación política y los medios de información. Gracias a los conocimientos adquiridos, estarán capacitados para desempeñar funciones especializadas que incluyen la cobertura de noticias políticas, el análisis y la interpretación de discursos, y la gestión de comunicación institucional. Al completar este itinerario académico, podrán aplicar sus conocimientos en medios de comunicación, agencias de relaciones públicas, oficinas de comunicación gubernamental o en consultoría de estrategias políticas.

*Upgrading...*





“

*Impulsa tu carrera profesional con esta titulación 100% online que te abrirá puertas en medios, instituciones y consultoras políticas”*



### Perfil del egresado

El egresado de esta Maestría Oficial Universitaria será un profesional altamente capacitado para desempeñarse en entornos de comunicación diversos y exigentes. Gracias a la preparación integral que ofrece este programa, contará con habilidades avanzadas en investigación, análisis crítico y comunicación efectiva, adaptadas a las dinámicas del Periodismo Político contemporáneo. Este perfil le permitirá ejercer en medios de comunicación, instituciones gubernamentales, consultoras políticas y organizaciones internacionales, contribuyendo con una visión ética, rigurosa y estratégica, posicionándolo como un profesional clave en el fortalecimiento de la transparencia y la democracia en cualquier contexto sociopolítico.

*Desarrollarás un perfil altamente demandado para desempeñarte en medios, oficinas gubernamentales o como analista político independiente.*

- ♦ **Análisis Crítico y Estratégico:** Esta competencia es crucial para interpretar y evaluar de manera objetiva los eventos y discursos políticos, identificando tendencias, intenciones y posibles impactos sociales, para producir contenido informativo relevante y riguroso
- ♦ **Comunicación Efectiva:** Los egresados dominan técnicas avanzadas para transmitir mensajes claros y persuasivos, adaptados a diversos públicos y plataformas, garantizando una comunicación alineada con los valores de transparencia y ética
- ♦ **Competencia Digital:** En el contexto actual, es fundamental que los periodistas sean capaces de gestionar la presencia digital en el ámbito político, utilizando redes sociales y tecnologías innovadoras para influir, informar y conectar con las audiencias de manera efectiva
- ♦ **Toma de decisiones éticas:** Estos profesionales están preparados para actuar con integridad profesional, seleccionando y verificando fuentes confiables, y combatiendo la desinformación a través de un periodismo basado en principios éticos sólidos





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

**1. Periodista Político:** Este profesional se dedica a investigar, analizar y reportar noticias relacionadas con la política y el gobierno para medios escritos, audiovisuales o digitales.

**Responsabilidades:** Asistir a ruedas de prensa, entrevistar a actores políticos, cubrir debates parlamentarios y realizar reportajes que expliquen el contexto de decisiones gubernamentales o eventos electorales.

**2. Analista Político:** Ejerce sus funciones en medios de comunicación, *think tanks* o como consultor independiente, interpretando acontecimientos políticos y sus implicaciones para el público o sectores específicos.

**Responsabilidades:** ofrecer perspectivas informadas a través de artículos, intervenciones en medios de comunicación o informes especializados que expliquen tendencias políticas a diferentes audiencias.

**3. Asesor de Comunicación Política:** Trabaja directamente con partidos, candidatos o instituciones gubernamentales en la creación y ejecución de estrategias de comunicación.

**Responsabilidades:** Preparar discursos, coordinar eventos, gestionar crisis de comunicación y crear narrativas persuasivas que refuercen la imagen pública de su cliente.

**4. Gestor de Comunicación Institucional:** actúan como enlace entre una organización y los medios de comunicación, redactando comunicados de prensa, organizando ruedas de prensa y garantizando la coherencia del mensaje institucional.

**Responsabilidades:** Diseñar estrategias de comunicación que promuevan la transparencia y fortalezcan la reputación de la institución, tanto a nivel interno como externo.

**5. Consultor de Estrategias de Comunicación Digital:** se encarga de diseñar y ejecutar planes para mejorar la presencia en redes sociales y plataformas digitales de actores políticos o instituciones.

**Responsabilidades:** gestionar contenido, monitorear el impacto de las publicaciones, optimizar el alcance a través de análisis de datos y crear estrategias de *engagement* para diferentes públicos.

**6. Investigador en Ciencias Políticas o Comunicación:** los periodistas con una maestría en este campo cuentan con las habilidades y conocimientos necesarios para participar en proyectos académicos o de investigación aplicada, evaluando la relación entre medios, política y opinión pública.

**Responsabilidades:** Recopilar y analizar datos, redactar informes y publicaciones académicas, y presentar resultados en conferencias o eventos especializados para influir en el debate político o comunicacional.



*Te especializarás en la gestión de redes sociales para instituciones políticas, creando contenidos informativos altamente originales”*

### 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”*



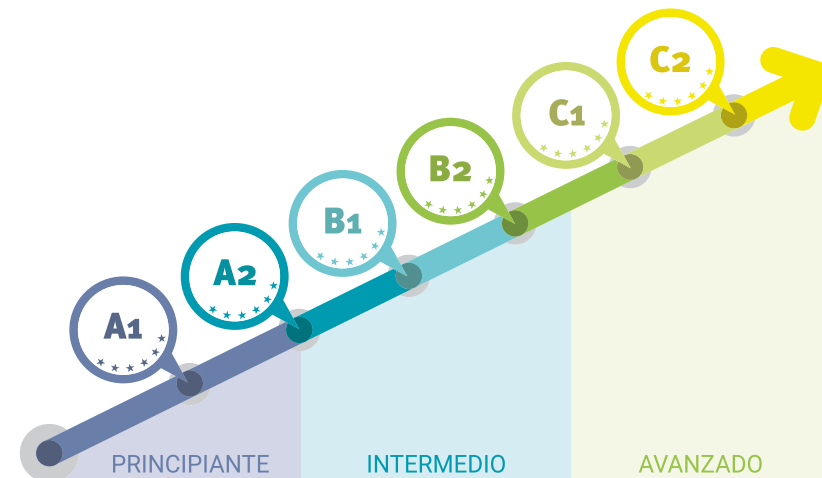




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- 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

La máxima premisa de TECH se basa en ofrecer a cualquiera las titulaciones universitarias más exhaustivas y actualizadas del panorama académico. Por ello, realiza un minucioso proceso para conformar sus respectivos claustros docentes. Como resultado, esta Maestría Oficial Universitaria cuenta con la participación de los mejores expertos en el campo del Periodismo Político. Así pues, han elaborado numerosos materiales didácticos que sobresalen tanto por su elevada calidad como por adaptarse a los requerimientos del mercado laboral actual. De este modo, los alumnos disfrutarán de una experiencia inmersiva que optimizará sus perspectivas laborales considerablemente.





“

*El equipo docente de esta Maestría Oficial Universitaria está integrado por reputados especialistas en Periodismo Político, que te ofrecerá los últimos avances en este ámbito”*

## Dirección



### D. Hernández De La Morena, Marcos

- ♦ Periodista Experto en Comunicación Política
- ♦ Analista Político en la Cámara Cívica
- ♦ Redactor y Locutor en Cadena SER
- ♦ Community Manager y Redactor en Expansión
- ♦ Redactor Económico en La Tribuna de Automoción
- ♦ Colaborador de prensa en las Juventudes Socialistas
- ♦ Analista colaborador en Debate21
- ♦ Graduado en Periodismo por la Universidad Villanueva
- ♦ Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Miembro de Unidad de Coordinación para la Presidencia Española de la Unión Europea y Unidad de Coordinación de la Secretaría General de la Presidencia del Gobierno para la Cumbre de la OTAN

## Profesores

### Dña. Domínguez Liaño, Sara

- ♦ Analista de Seguridad en Black Bull Group
- ♦ Vocal Asesora dentro del Ministerio de Presidencia del Gobierno de España
- ♦ Prácticas en el Grupo Parlamentario Socialista de la Asamblea de Madrid
- ♦ Participante en Think Tank Common Action Forum
- ♦ Licenciada en CC Políticas por la Universidad Carlos III Madrid (UC3M)
- ♦ Máster de Paz, Seguridad y Defensa por el Instituto Universitario Gutiérrez Mellado
- ♦ Experta titulada en Prevención y Gestión de Crisis Internacionales por la Universidad Carlos III Madrid
- ♦ Perito Grafólogo por el instituto IPSIGRAP
- ♦ Experta titulada en Análisis de Inteligencia

### D. Lardiez Manzano, Adrián

- ♦ Corresponsal Parlamentario en El Plural
- ♦ Community Manager en la Escuela Internacional de Comunicación
- ♦ Responsable de Comunicación en el Centro de Estudios Universitarios (CEDEU)
- ♦ Redactor de contenidos y locutor en Libertad FM
- ♦ Graduado en Periodismo por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster en Liderazgo Democrático y Comunicación Política, Ciencias Políticas y Gobierno por la Universidad Complutense de Madrid

### Dña. Sánchez Zambrano, Isabel María

- ♦ Asistente Parlamentaria Acreditada en el Parlamento Europeo
- ♦ Asesora Política en el Comité de Desarrollo Regional del Parlamento Europeo
- ♦ Asesora en la Federación Española de Municipios y Provincias
- ♦ Graduada en Estudios Internacionales por la Universidad Carlos III de Madrid

### D. Romero Sánchez, David

- ♦ Responsable de Comunicación Digital de la página web de la Presidencia del Gobierno de España
- ♦ Consultor de Estrategia y Analista de Comunicación Política Digital en las Elecciones Primarias de Republica Dominicana
- ♦ Consultor de Comunicación Política Digital en la campaña electoral de las Elecciones Generales, Municipales y Europeas
- ♦ Docente en estudios de posgrado universitarios relacionados con la Comunicación Corporativa
- ♦ Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad de Granada
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Granada
- ♦ Máster de Comunicación Política y Campañas Electorales por la Universidad Pablo de Olavide

### Dña. Cáceres, Karina

- ♦ Politóloga Especializada en Comunicación Digital y Género
- ♦ Analista de Datos y Asesora en Política para Brandwatch
- ♦ Analista de Proyectos de Investigación Digital de forma autónoma
- ♦ Asistente de Investigación para la Organización de Estados Americanos
- ♦ Responsable de Estrategia Digital de la Red de Politólogas
- ♦ Asistente de Investigación en las ONG Grupo EDISUR y Asuntos al SUR
- ♦ Máster en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Salamanca
- ♦ Grado en Relaciones Internacionales por la Universidad Católica de Córdoba



#### D. Espí Hernández, Alejandro

- ♦ Asesor Político
- ♦ Comentarista en Programa de Actualidad Política en Radio UMH
- ♦ Graduado en Ciencias Políticas y Gestión Pública por la Universidad de Elche
- ♦ Máster en Relaciones Internacionales Iberoamericanas por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Experto en Comunicación Política e Institucional por la Universidad Católica San Antonio de Murcia
- ♦ Experto en Competencias Profesionales, empleabilidad y emprendimiento por la Universidad Miguel Hernández.
- ♦ Posgrado en Oratoria y Estrategias de Comunicación Política
- ♦ Miembro oficial de la organización internacional Jóvenes Iberoamericanos

#### D. Guisado, Daniel Vicente

- ♦ Politólogo Experto en Análisis de Datos y Comportamiento Electoral
- ♦ Articulista en Público
- ♦ Articulista en Agenda Pública
- ♦ Fundador y Editor de Platonea
- ♦ Autor del libro *Hijos de la misma rabia: Salvini y Meloni*
- ♦ Consultor para campaña electoral de ámbito municipal
- ♦ Graduado en Ciencias Políticas por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Análisis Político y Electoral por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Paz, Seguridad y Defensa por la UNED







#### **D. Pérez-Guzmán Arbáizar, Víctor**

- ♦ Politólogo y Economista Experto en Análisis e Interpretación de Datos
- ♦ Analista de Datos en 40dB
- ♦ Analista de Datos en MVGM International
- ♦ Analista de Estudios de Mercado en Patrick Charles Communication
- ♦ Graduado en Ciencias Políticas por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Graduado en Economía y Derecho por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster en Análisis Político y Electoral por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Gestión y Análisis de grandes volúmenes de datos: Big Data, Procesamiento de Datos y Tecnología de Procesamiento de Datos por la Escuela de Negocios y Dirección de la UEMC

#### **D. Espinosa Mateo, Carlos**

- ♦ Politólogo experto en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política
- ♦ Consultor de Inteligencia Política, Relaciones Institucionales y Comunicación en LEVIN *Institutional Health Affairs*
- ♦ Portavoz municipal en el Ayuntamiento de Socuéllamos
- ♦ Socio fundador y responsable de comunicación en Prima Comunicación
- ♦ Graduado en Ciencias Políticas y Gobierno por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política por la Universidad Camilo José Cela

# 10

## Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Periodismo Político 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 Periodismo Político y da un paso adelante en tu carrera profesional”*

El plan de estudios de esta Maestría Oficial Universitaria en Periodismo Político se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20210906, de fecha 07/05/2021, en modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

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



[Ver documento RVOE](#)



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

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 Periodismo Político**

No. de RVOE: **20210906**

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

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**





# 11

## Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Periodismo Político**, 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 Periodismo Político** 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@techtute.com](mailto:homologacion@techtute.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 Periodismo Político** 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 Periodismo Político** 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 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](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: 20210906

**Maestría Oficial  
Universitaria  
Periodismo Político**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

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

# Maestría Oficial Universitaria Periodismo Político

Nº de RVOE: 20210906

**RVOE**

EDUCACIÓN SUPERIOR



**tech**  
universidad