

# Máster Título Propio

## Periodismo Cultural



## Máster Título Propio Periodismo Cultural

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-periodismo-cultural](http://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-periodismo-cultural)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competencias

---

*pág. 16*

04

Dirección del curso

---

*pág. 20*

05

Estructura y contenido

---

*pág. 26*

06

Metodología de estudio

---

*pág. 38*

07

Titulación

---

*pág. 48*

# 01

# Presentación

Los festivales musicales y de cine, principalmente, han sufrido un enorme potencial en las últimas décadas, sin olvidar la presencia de las artes en entornos digitales a los cuales ha sabido adaptarse y en ocasiones ha sido precursora de su propia transformación. La segmentación del público propició la aparición del periodismo especializado, que mantiene hoy en día en todos sus formatos informativos una sección específica dedicada a la comunicación cultural. Los propios artistas reclaman difusión y periodistas expertos capaces de transmitir adecuadamente la información. Así pues, para dar respuesta a esta demanda, nace esta titulación en la que el alumnado encontrará un contenido multimedia exhaustivo con el que realizará un profundo recorrido de la cultura en los medios convencionales y su integración en el mundo digital.





“

*¿Quieres dedicarte al Periodismo Cultural? O  
¿buscas crear tu propio proyecto de información  
cultural? Este Máster Título Propio te aporta  
todo el conocimiento que necesitas”*

Las múltiples plataformas digitales para poder acceder al contenido audiovisual, los podcasts, la proliferación de festivales presenciales y online, las muestras artísticas y los múltiples soportes en los que poder disfrutar de una buena lectura han hecho que actualmente la cultura tenga abiertas innumerables puertas para poder llegar a la población. En este nuevo escenario, el Periodismo Cultural también cuenta con diferentes soportes para llegar a un público cada vez más segmentado y consumidor de contenido cultural.

La prensa, la radio y la televisión siguen siendo los medios de comunicación vigentes que apuestan por mantener secciones específicas dedicadas a la cultura, si bien es cierto el mundo digital ha abierto infinitas posibilidades a los periodistas para poder hacer llegar la información cultural. Este Máster Título Propio ofrece al egresado un aprendizaje intensivo y avanzado en este campo, a través de un contenido en el que se ha aplicado la última tecnología empleada en la enseñanza académica.

Así, el alumnado profundizará en el mercado actual del Periodismo Cultural, los géneros interpretativos, la información en los medios convencionales o la cibercultura y el periodismo digital de contenidos culturales. Todo ello, con un enfoque teórico-práctico, gracias al excepcional equipo docente y el análisis de casos reales que desarrollarán durante el programa. Además, el claustro de este programa integrará a un experto de renombre internacional, conocido por sus aportaciones en el ámbito de la crítica del Arte y la Cultura. A su vez, este prestigioso Director Invitado tendrá a su cargo 10 exhaustivas *Masterclasses*.

También cuenta con una modalidad 100% online, donde el egresado solo necesitará un ordenador, *Tablet* o móvil con conexión a internet para poder visualizar el contenido. Sin horarios fijos, tendrá la libertad de distribuir la carga lectiva acorde a sus necesidades. Es, por tanto, una enseñanza universitaria ideal para quienes deseen compatibilizar sus responsabilidades profesionales y/o personales con una titulación que se sitúa a la vanguardia académica.

Este **Máster Título Propio en Periodismo Cultural** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Periodismo Cultural
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



*Actualiza tus conocimientos en Periodismo Cultural a través de las exhaustivas Materclasses que ofrecerá en este programa de TECH un exclusivo Director Invitado Internacional”*

“

*Alcanza un mayor grado de profesionalidad en el Periodismo Cultural a través de la última tecnología educativa 100% online”*

*Con este programa universitario conocerás las nuevas tendencias sociales en el Periodismo Cultural.*

*Accede cuando lo desees y desde tu ordenador al contenido más reciente sobre Periodismo Cultural. Matricúlate ahora.*

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.



# 02

# Objetivos

La digitalización de la cultura hace necesaria la profundización del profesional de la comunicación en las nuevas tendencias sociales, no solamente porque la cultura adquiere nuevas formas de expresión, sino porque el Periodismo y el Periodismo Cultural adquieren nuevos formatos y se difunden a través de nuevos medios. Así pues, al concluir los 12 meses de esta titulación, el alumnado habrá obtenido una visión global sobre este campo, teniendo el conocimiento y las herramientas necesarias para impulsar su carrera periodística.







“

*Tienes 1.800 horas de aprendizaje intensivo sobre cultura y Marketing cultural. Inscríbete ya”*



### Objetivo general

---

- ♦ Ampliar el conocimiento y la información al alumno con un mayor nivel de profundización en el ámbito del periodismo, aunque, más concretamente, dentro del campo del Periodismo Cultural
- ♦ Aprender a realizar unas funciones informativas y de difusión en un entorno especializado y profesional, haciendo hincapié en la información dentro de los diferentes géneros del Periodismo Cultural

“

*Prograsa en tu carrera profesional a través de una titulación universitaria que te guiará por las nuevas temáticas del Periodismo Cultural. Inscríbete ahora”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. El mercado de la cultura

- ♦ Analizar y comprender las dinámicas del mercado del arte y el papel del patrimonio cultural, las artes escénicas y las industrias creativas en el desarrollo socioeconómico
- ♦ Estudiar la evolución de las formas de comunicación, identificando las transformaciones entre las tradicionales y las digitales, y su impacto en la difusión cultural
- ♦ Explorar el papel del sector audiovisual, la prensa y el periodismo cultural en la creación de narrativas y la construcción de identidad cultural
- ♦ Fomentar la reflexión crítica sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta la cultura en el mundo digital y en un contexto de industrias creativas globalizadas

### Módulo 2. Investigación, gestión y Marketing cultural

- ♦ Comprender e interpretar datos de la realidad en base a las habilidades y procedimientos
- ♦ Comprender conocimientos en base al temario para aportar una evaluación crítica de los datos
- ♦ Emitir juicios de valor en el tema del Marketing y la cultura
- ♦ Aprender a diseñar y producir campañas o productos relacionados con la cultura
- ♦ Demostrar los procedimientos para promover las ideas culturales

### Módulo 3. Análisis de la cultura

- ♦ Comprender y saber reflexionar sobre la crítica de las prácticas culturales
- ♦ Investigar los fenómenos culturales
- ♦ Ampliar y estudiar los componentes y orígenes para la difusión cultural
- ♦ Conocer, comprender y estudiar los fenómenos sociales culturales y la metodología
- ♦ Analizar los lenguajes artísticos y los códigos culturales para poder interpretar y criticar las diferentes materias artísticas y culturales
- ♦ Identificar los procesos del Periodismo Cultural para poder aplicarlos posteriormente

### Módulo 4. Comunicación intercultural y alternativa

- ♦ Identificar y descubrir las habilidades para entender la importancia de los fenómenos interculturales
- ♦ Aplicar los conceptos profesionales para lograr desenvolverse y desarrollar una posterior investigación
- ♦ Conocer, comprender y analizar los lenguajes artísticos y los códigos culturales
- ♦ Estudiar y valorar los conceptos de igualdad y respeto en el sector de la cultura
- ♦ Conocer las diferentes condiciones dentro de la interculturalidad
- ♦ Saber promover la interculturalidad en la actualidad

### **Módulo 5. Periodismo Cultural en medios impresos: géneros interpretativos**

- ♦ Definir el funcionamiento de las rutinas del Periodismo Cultural en medios impresos
- ♦ Aprender a trabajar en textos e interpretarlos
- ♦ Lograr obtener información y saber manejar las fuentes para realizar una redacción adecuada de la información cultural
- ♦ Manejar adecuadamente las fuentes de información
- ♦ Entender y aplicar las fuentes y datos en el campo especializado de la cultura
- ♦ Conocer y tener la destreza de leer, interpretar, valorar y criticar las manifestaciones culturales y artísticas

### **Módulo 6. Información cultural en prensa**

- ♦ Definir adecuadamente los conceptos básicos de la redacción periodística
- ♦ Conocer los diferentes géneros periodísticos
- ♦ Difundir las agendas culturales de una manera adecuada para su difusión
- ♦ Conocer e identificar los procesos informativos y comunicativos implicados en el Periodismo Cultural para su posterior aplicación
- ♦ Tener la destreza de valorar y criticar las manifestaciones culturales
- ♦ Obtener el conocimiento, capacidad y habilidad para poder informar y comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios profesionales

### **Módulo 7. Información cultural en radio**

- ♦ Comprender el funcionamiento de las informaciones culturales en los medios radiofónicos
- ♦ Aprender y ser capaz de diferenciar los diversos géneros periodísticos culturales que se utilizan en la radio
- ♦ Aprender a crear contenido cultural desde cero para los medios radiofónicos
- ♦ Conocer las ventajas de este medio de comunicación con el fin de hacerle llegar la información a más oyentes
- ♦ Diseñar y producir campañas o productos comunicativos relacionados con el campo de la cultura
- ♦ Conocer y demostrar los procedimientos estándar para promover y difundir actos y hechos culturales
- ♦ Comunicar con un lenguaje adecuado en los medios profesionales
- ♦ Conocer y utilizar las tecnologías digitales para innovar en la producción y difusión de la cultura mediante la tecnología digital

### **Módulo 8. Visualización de datos en el Periodismo Cultural**

- ♦ Elaborar proyectos de transmisión de información coherente de forma mínima
- ♦ Comunicar la información de forma clara y precisa buscando la legibilidad
- ♦ Comunicar con rigor y valor informativo
- ♦ Comunicar con estilo coherente y reconocible
- ♦ Diseñar y producir campañas o productos comunicativos especializados en la comunicación
- ♦ Conocer y utilizar las tecnologías digitales para innovar en la producción y difusión de la cultura mediante las tecnologías digitales



### **Módulo 9. Escritura creativa**

- ♦ Aprender a construir y reconstruir a través de la Literatura
- ♦ Analizar los procesos literarios dentro del periodismo y la cultura
- ♦ Crear contenidos narrativos y atractivos vinculados a la divulgación de contenidos culturales de una manera creativa
- ♦ Potenciar la competencia literaria entre el estudiante
- ♦ Conocer y debatir sobre la escritura creativa
- ♦ Comprender y conocer las diferentes piezas periodísticas en la Literatura y narrativa para poder ser capaz de llevarlas a cabo en un futuro
- ♦ Conocer y aprender las claves de una buena redacción periodística dentro de los medios de comunicación
- ♦ Saber realizar crónicas o críticas de una manera breve y adecuada al acontecimiento cultural que se trate

### **Módulo 10. Cultura audiovisual**

- ♦ Adquirir herramientas teórico-prácticas para saber leer el aspecto cultural en los textos audiovisuales
- ♦ Usar el fenómeno cultural más allá de lo universal y extrapolarlo al simbolismo para conseguir una mejor representación de la realidad por parte del espectador
- ♦ Conocer, identificar, describir y entender la situación de la realidad cultural en las sociedades contemporáneas, tanto en su dimensión creativa como industrial
- ♦ Conocer, comprender y analizar los lenguajes artísticos y los códigos culturales para poder interpretar, criticar y valorar con rigor las manifestaciones artísticas y culturales en los diferentes soportes y en los diferentes lenguajes

- ♦ Saber leer y analizar imágenes y textos audiovisuales
- ♦ Conocer las formas del lenguaje universal
- ♦ Comprender cuáles son los diferentes discursos dentro del lenguaje audiovisual para su posterior evaluación
- ♦ Desarrollar el imaginario social para llevar a cabo aspectos culturales audiovisuales originales

### **Módulo 11. La cultura en la televisión**

- ♦ Conocer y comprender el lenguaje audiovisual
- ♦ Analizar las variantes específicas del género televisivo
- ♦ Conocer, analizar y desarrollar los conceptos más técnicos del sector audiovisual
- ♦ Saber comprender y analizar diferentes ejemplos prácticos de programas a los que se han tenido que enfrentar en la vida real estos profesionales
- ♦ Conocer y tener la capacidad y la habilidad para poder informar y comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de manera profesional y rigurosa sobre hechos culturales
- ♦ Diseñar y producir campañas o productos comunicativos relacionados con el campo de especialización cultural
- ♦ Conocer y utilizar las tecnologías digitales para innovar en la producción y difusión de la cultura mediante las tecnologías digitales

### **Módulo 12. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales**

- ♦ Tener conocimiento sobre el desarrollo de las culturas y ciberculturas como contextos esenciales para entender las reglas que priman en el ciberespacio
- ♦ Comprender la transformación de los medios tradicionales y el surgimiento de los nuevos medios
- ♦ Reflexionar de forma crítica sobre los fenómenos culturales y los nuevos contextos comunicativos
- ♦ Dominar la redacción periodística y estar informado diariamente sobre los hechos culturales de la actualidad
- ♦ Conocer, identificar, describir y entender la situación de la realidad cultural en las sociedades contemporáneas, tanto en su dimensión creativa como industrial
- ♦ Conocer y aplicar las tecnologías y sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones informativas y/o culturales

### **Módulo 13. Diseño periodístico**

- ♦ Desarrollar una mirada crítica y especialista ante los diferentes medios y sistemas de comunicación visuales que se desarrollan en el ámbito periodístico
- ♦ Ampliar la capacidad para concebir y ejecutar, en base a la información, composiciones informativas gráficas propias, de manera que transmitan eficazmente el mensaje pretendido
- ♦ Conocer el lenguaje y conocimientos prácticos para el diseño periodístico

- ♦ Conocer los diferentes recursos periodísticos que se llevan a cabo o se tienen en cuenta a la hora de generar las informaciones culturales en los medios
- ♦ Conocer la composición de un proyecto cultural impreso y saber desarrollarlo
- ♦ Adaptar el producto cultural a los diferentes espacios y públicos en donde va a ser consumido y por quienes van a consumirlo

### **Módulo 14. Arte y cultura digital**

- ♦ Conocer y entender las técnicas de producción de las diferentes industrias artísticas y culturales
- ♦ Desarrollar los conocimientos adecuados para desarrollar las técnicas en los tradicionales y nuevos medios expositivos
- ♦ Despertar una actitud crítica ante la hibridación de la técnica y las múltiples plataformas que sirven de contenedor para la trasmisión de un mensaje de tipo artístico
- ♦ Emitir juicios especialmente en el ámbito profesional y académico de la cultura y la comunicación en función de criterios, normas externas o reflexiones personales
- ♦ Conocer e identificar las principales corrientes y teorías que formalizan y critican el fenómeno cultural desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo
- ♦ Saber interactuar con el espectador y tener conocimiento sobre la industria



### Módulo 15. Taller de Periodismo Cultural

- ♦ Tener las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del Periodismo Cultural en distintos ámbitos
- ♦ Conocer en profundidad la comunicación digital y el Periodismo Cultural
- ♦ Saber identificar, realizar y desarrollar historias con los diferentes puntos que la engloban, marcados por el rigor y la marca personal
- ♦ Conocer y desarrollar las guías esenciales para llevar a cabo una documentación dentro del Periodismo Cultural
- ♦ Conocer, comprender e identificar las nuevas temáticas del periodismo, la cultura y la web 3.0
- ♦ Conocer el uso de las redes sociales dentro del Periodismo Cultural y los géneros periodísticos
- ♦ Saber cómo hacer uso de la información a través de las redes sociales y desarrollar un plan de comunicación
- ♦ Desarrollar contenidos específicos dentro del Periodismo Cultural en lo que se refiere al posicionamiento

# 03

## Competencias

El temario de este programa ha sido creado con el fin de ampliar las competencias y habilidades del profesional de la comunicación que curse esta titulación. Así, guiado por el equipo docente que imparte este programa, el alumnado será capaz de diseñar y producir campañas o productos comunicativos relacionados con el Periodismo Cultural. Para ello, contará con el extenso conocimiento en este campo que encontrará a lo largo de las 1.800 horas lectivas de esta enseñanza.







“

*Una enseñanza que te aporta el conocimiento necesario para que informes con rigor sobre cine, arte o Literatura”*



## Competencia general

---

- ♦ Aplicar a entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios o multidisciplinares, los conceptos, principios, teorías o modelos relacionados con la comunicación cultural
- ♦ Elaborar adecuadamente y con cierta originalidad composiciones escritas o argumentos motivados, así como redactar planes, proyectos de trabajo o artículos científicos o formular hipótesis razonables en el ámbito de la información cultural
- ♦ Emitir juicios especialmente en el ámbito profesional y académico de la cultura y la comunicación en función de criterios, normas externas o reflexiones personales
- ♦ Presentar públicamente ideas, procedimientos o informes de investigación, así como transmitir emociones o asesorar a personas y a organizaciones, especialmente en el campo del periodismo especializado en cultura
- ♦ Comprender e interpretar la realidad en base a las habilidades y procedimientos culturales
- ♦ Realizar el manejo de fuentes, tratamiento y gestión de la información, así como organizar y planificar proyectos y, en general, tener la capacidad de aplicar métodos de investigación para la resolución de problemas
- ♦ Saber comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de su área de conocimiento
- ♦ Transmitir y fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico y social dentro de una sociedad basada en el conocimiento
- ♦ Comprender e interpretar la diversidad social
- ♦ Promover el valor transformador del conocimiento en la sociedad





## Competencias específicas

---

- ♦ Conocer, identificar, describir y entender la situación de la realidad cultural en las sociedades contemporáneas, tanto en su dimensión creativa como industrial
- ♦ Conocer, comprender y analizar los lenguajes artísticos y los códigos culturales para poder interpretar, criticar y valorar con rigor las manifestaciones artísticas y culturales en los diferentes soportes y en los diferentes lenguajes
- ♦ Conocer e identificar las principales corrientes y teorías que formalizan y critican el fenómeno cultural desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo
- ♦ Conocer e identificar los procesos informativo-comunicativos implicados en el Periodismo Cultural y saber aplicarlos profesionalmente en cada fase implicada
- ♦ Conocer y aplicar las tecnologías y sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones informativas y/o culturales
- ♦ Conocer la estructura de los medios de comunicación especializados en cultura en los diferentes soportes y formatos
- ♦ Leer, interpretar, valorar y criticar manifestaciones culturales y artísticas, para entender y aplicar fuentes y datos del campo de especialización cultural
- ♦ Informar y comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de manera profesional y rigurosa sobre hechos culturales
- ♦ Demostrar los procedimientos estandarizados para promocionar, promover y difundir actos y hechos culturales
- ♦ Diseñar y producir campañas o productos comunicativos relacionados con el campo de especialización cultural
- ♦ Utilizar las tecnologías digitales para innovar en la producción y difusión de la cultura mediante las tecnologías digitales
- ♦ Estudiar, investigar y analizar científicamente los fenómenos culturales



*Con esta enseñanza universitaria sabrás conocer las distintas herramientas digitales a tu alcance para difundir la cultura”*



# 04

## Dirección del curso

Este Máster Título Propio cuenta con una profesional periodista conocedora ampliamente del ámbito cultura y con experiencia laboral en el mundo de la comunicación, tanto en medios convencionales como en digitales. Su extenso saber queda reflejado en el contenido de este programa, al que podrá acceder el alumnado las 24 horas del día. Además, la cercanía y proximidad de la docente le permitirá resolver cualquier duda que surja sobre el temario. Todo ello, con el objetivo por parte de TECH de que el alumnado alcance sus metas de progresión laboral a través de una enseñanza universitaria de calidad.







“

*Da el paso y progresa de la mano de una profesional de la comunicación experta en Periodismo Cultural. Matricúlate ahora”*

## Directora Invitada Internacional

Katherine Anne Roiphe es una destacada autora y periodista estadounidense conocida por sus agudos análisis culturales y sus obras literarias perspicaces. Alcanzó **prominencia internacional** con su influyente libro de no ficción, *The Morning After: Sex, Fear, and Feminism on Campus*. En esta obra, desafió las **perspectivas feministas convencionales** sobre la dinámica sexual en los campus universitarios, provocando debates sobre las instituciones académicas y su responsabilidad.

Continuando con su exploración de la **moralidad** y las **normas sociales**, Roiphe escribió *Last Night in Paradise: Sex and Morals at the Century's End*, seguido por *Uncommon Arrangements*, un estudio cautivador sobre el **matrimonio en círculos literarios de Londres**. Su versatilidad como escritora se extiende a la **ficción**, con la **novela** *Still She Haunts Me*, donde reimagina la compleja relación entre Lewis Carroll y Alice Liddell.

Más allá de sus logros literarios, ha contribuido con publicaciones de prestigio en **Vogue**, **Harper's** y **The New York Times**, a través de **ensayos** que revelan sus rotundas observaciones sobre **cultura** y **política**. También, su destreza académica la ha llevado a trabajar en el Instituto de Periodismo Arthur L. Carter de la Universidad de Nueva York, donde dirige el **Programa de Reportajes** y **Crítica Cultural**.

Asimismo, Roiphe creció como hija del **psicoanalista** Herman Roiphe y la **reconocida feminista** Anne Roiphe, lo que sentó las bases para sus **intereses intelectuales**. Además, asistió a la prestigiosa Brearley School antes de obtener su Licenciatura en el Campus Radcliffe de la Universidad de Harvard. De igual manera, completó un **Doctorado en Literatura Inglesa** en la Universidad de Princeton. Así, una prolífera obra y una trayectoria académica envidiable hacen de esta prominente ensayista una **voz líder** en el **discurso cultural contemporáneo**, desafiando y provocando a los lectores a reconsiderar creencias arraigadas.



## Dra. Roiphe, Katherine Anne

---

- Directora del Programa de Reportajes y Crítica Cultural en la Universidad de Nueva York, Estados Unidos
- Ensayista y Crítica Cultural en publicaciones como Vogue, Harper's y The New York Times
- Autora con varios títulos de ficción y no ficción como The Morning After: Sex, Fear, and Feminism on Campus y Still She Haunts Me
- Catedrática del Instituto de Periodismo Arthur L. Carter de la Universidad de Nueva York
- Doctorado en Literatura Inglesa por la Universidad de Princeton
- Licenciatura en Literatura por la Universidad de Harvard

“

*Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”*

## Dirección



### Dra. Tobajas Gracia, María

- ♦ Periodista Experta en Periodismo Cultural
- ♦ Responsable de Comunicación y RR. SS. en la Escuela de Cine Un Perro Andaluz
- ♦ *Social Media Manager* en Fraternidad-Muprespa
- ♦ Redactora en Actúa Aragón
- ♦ Locutora y Redactora en Radio Ebro
- ♦ Ayudante de Fotografía en un estudio fotográfico
- ♦ Doctor en Comunicación por la Universidad San Jorge
- ♦ Grado en Periodismo por la Universidad San Jorge
- ♦ Máster en Marketing Digital y Social Media por la Universidad a Distancia de Madrid





# 05

## Estructura y contenido

TECH emplea en todas sus titulaciones el sistema de aprendizaje *Relearning*, con el cual el alumnado podrá progresar de un modo mucho más natural, reduciendo incluso las horas de estudio. El egresado que curse esta enseñanza universitaria encontrará, además, material multimedia que enriquecen y hacen más fluida la adquisición de conocimiento. De esta manera, profundizará en la cultura audiovisual, la escritura creativa, el arte y la cultura digital o las redes sociales. Todo ello, con el objetivo principal de lograr que alcance sus metas profesionales en el campo del Periodismo Cultural.







“

*Un plan de estudios que te llevará durante 12 meses a profundizar en la industria cultural y su difusión a través de diferentes soportes informativos”*

## Módulo 1. El mercado de la cultura

- 1.1. El Mercado del Arte
- 1.2. El patrimonio cultural y las artes escénicas
- 1.3. El concepto de industria cultural
- 1.4. Nuevas y viejas formas de comunicación
- 1.5. La cultura en el mundo digital
- 1.6. El sector audiovisual y de la prensa
- 1.7. El sector del periodismo cultural

## Módulo 2. Investigación, gestión y Marketing cultural

- 2.1. Introducción al Marketing
  - 2.1.1. Las 4 P
    - 2.1.1.1. Aspectos básicos del Marketing
    - 2.1.1.2. El Marketing mix
    - 2.1.1.3. La necesidad (o no) del Marketing en el mercado cultural
  - 2.1.2. El Marketing y el consumismo
    - 2.1.2.1. El consumo de la cultura en España
    - 2.1.2.2. La calidad como factor transversal en los productos informativos
- 2.2. Marketing y valor: el arte por el arte, el arte dentro de programas ideológicos y el arte como producto de mercado
  - 2.2.1. El arte por el arte
    - 2.2.1.1. El arte de las masas. La homogeneidad del arte y su valor
    - 2.2.1.2. ¿Se crea el arte para los medios o los medios transmiten el arte?
  - 2.2.2. El arte dentro de programas ideológicos
    - 2.2.2.1. Arte, política y activismo
    - 2.2.2.2. Simbolismo básico dentro del arte
  - 2.2.3. El arte como producto del mercado
    - 2.2.3.1. El arte en la publicidad
    - 2.2.3.2. Gestión cultural para un desarrollo exitoso de la obra
- 2.3. El Marketing de las principales industrias culturales
  - 2.3.1. Tendencias actuales de las principales industrias culturales
    - 2.3.1.1. Las necesidades de los consumidores/as representadas en las empresas
    - 2.3.1.2. Productos culturales de éxito en los medios de comunicación





- 2.4. La investigación como herramienta central del Marketing
  - 2.4.1. La recopilación de datos del mercado y de los consumidores/as
  - 2.4.2. La diferenciación en relación con la competencia
  - 2.4.3. Otras estrategias de investigación
- 2.5. El futuro del Marketing cultural
  - 2.5.1. El futuro del Marketing cultural
    - 2.5.1.1. Las tendencias del Marketing cultural
    - 2.5.1.2. Los productos culturales con mayor potencia en el mercado

### Módulo 3. Análisis de la cultura

- 3.1. Aproximación teórica y metodológica a la cultura
  - 3.1.1. Más allá de las costumbres
    - 3.1.1.1. Arte y transformación social
    - 3.1.1.2. Arte y feminismo
  - 3.1.2. Los símbolos en la cultura
    - 3.1.2.1. Simbología griega y romana
    - 3.1.2.2. Simbología religiosa
    - 3.1.2.3. Simbología contemporánea
- 3.2. Cultura, comunicación y sentido
  - 3.2.1. Lenguaje, pensamiento y realidad
    - 3.2.1.1. El concepto de cultura y los cambios culturales
    - 3.2.1.2. La aproximación cultural a través del arte
  - 3.2.2. Cultura, experiencia y representación
    - 3.2.2.1. Arte experiencial
- 3.3. Cultura e imaginarios
  - 3.3.1. Cultura de masas y culturas visuales
    - 3.3.1.1. Estereotipos en los medios de masas
    - 3.3.1.2. Integración cultural en los medios de comunicación
  - 3.3.2. La cultura y la imagen: imaginación, representación e imaginarios
    - 3.3.2.1. Arte Queer, invisibilización histórica
    - 3.3.2.2. El arte urbano como herramienta de empoderamiento

### Módulo 4. Comunicación intercultural y alternativa

- 4.1. Concepto de cultura, grupo e identidad. Racismo, xenofobia y etnocentrismo
  - 4.1.1. Concepto de cultura, grupo e identidad
    - 4.1.1.1. Cultura de masas y homogeneización cultural
    - 4.1.1.2. Regionalismos y diferenciación cultural
  - 4.1.2. Racismo, xenofobia y etnocentrismo
    - 4.1.2.1. Las distinciones sociales y culturales
    - 4.1.2.2. ¿Cómo informar acerca de los rechazos a grupos sociales?
- 4.2. Comunicación intercultural interpersonal
  - 4.2.1. De personas a personas
    - 4.2.1.1. La comunicación intercultural en un mundo global
    - 4.2.1.2. Medios de comunicación y construcción de identidades
    - 4.2.1.3. La Comunicación como Eje de Transmisión de Valores Interculturales
- 4.3. Gestión de la comunicación intercultural en las organizaciones
  - 4.3.1. Gestión de la comunicación intercultural en las organizaciones
    - 4.3.1.1. La competencia intercultural en las organizaciones
    - 4.3.1.2. Comunicación y sostenibilidad
- 4.4. Prácticas mediáticas tradicionales y representación de las culturas
  - 4.4.1. La diversidad en la publicidad
    - 4.4.1.1. Diversidades culturales y sexismo en la publicidad
    - 4.4.1.2. La diversidad como clave del éxito
  - 4.4.2. Guía de buenas prácticas interculturales en el periodismo
    - 4.4.2.1. Inclusión de las minorías en los medios
    - 4.4.2.2. La imparcialidad religiosa en grandes conflictos
    - 4.4.2.3. Cuando las minorías se convierten en la mayoría
- 4.5. Nuevos medios, nuevas apropiaciones de grupos ¿minoritarios?
  - 4.5.1. Ciberactivismo en África
    - 4.5.1.1. La primavera árabe desde Twitter
    - 4.5.1.2. La reconexión de las mujeres
    - 4.5.1.3. El ciberactivismo Queer

## Módulo 5. Periodismo Cultural en medios impresos: géneros interpretativos

- 5.1. Géneros interpretativos
  - 5.1.1. Textos interpretativos de contenido cultural
    - 5.1.1.1. La subjetividad en el periodismo y en la cultura
    - 5.1.1.2. Técnicas de interpretación en el periodismo
    - 5.1.1.3. Grandes intérpretes culturales
  - 5.1.2. Entrevista, reportaje, crónica, crítica y ensayo
    - 5.1.2.1. Entrevista
    - 5.1.2.2. Reportaje y crónica
    - 5.1.2.3. Crítica y ensayo
- 5.2. Géneros de opinión
  - 5.2.1. Textos de opinión: editorial, columna y artículo
    - 5.2.1.1. Editorial
    - 5.2.1.2. Columna
    - 5.2.1.3. Artículo
- 5.3. La crítica como género nuclear de la especialización periodística cultural
  - 5.3.1. La crítica como género nuclear de la especialización periodística
    - 5.3.1.1. Crítica y escritura
    - 5.3.1.2. La crítica transmedia
- 5.4. El perfil del periodista cultural
  - 5.4.1. El día a día en el periodismo
    - 5.4.1.1. Aproximación teórica al Periodismo Cultural
    - 5.4.1.2. Documentación informativa
    - 5.4.1.3. La proactividad como exigencia profesional
  - 5.4.2. La agenda en el Periodismo Cultural
    - 5.4.2.1. La espiral del silencio
    - 5.4.2.2. La agenda *Setting*
- 5.5. La especialización periodística
  - 5.5.1. Especialización en función de las audiencias
    - 5.5.1.1. El periodismo especializado
    - 5.5.1.2. Las audiencias exigentes
    - 5.5.1.3. El Periodismo Cultural como especialización

## Módulo 6. Información cultural en prensa

- 6.1. Información cultural en la prensa diaria
  - 6.1.1. La agenda cultural. Valoración del hecho informativo
    - 6.1.1.1. Valoración del hecho informativo
    - 6.1.1.2. La información cultural en la prensa
    - 6.1.1.3. Agendas culturales: ejemplos
- 6.2. Géneros informativos en el Periodismo Cultural
  - 6.2.1. Géneros informativos en el Periodismo Cultural
    - 6.2.1.1. La noticia, el reportaje, la entrevista objetiva y la documentación
- 6.3. El titular informativo
  - 6.3.1. Elementos de titulación. La redacción del titular. Normas básicas de redacción
    - 6.3.1.1. Elementos de titulación
    - 6.3.1.2. La redacción del titular
    - 6.3.1.3. Normas básicas de redacción
- 6.4. La importancia del párrafo de entrada
  - 6.4.1. El origen y funcionalidad del primer párrafo. Normas básicas de redacción del primer párrafo de la noticia
    - 6.4.1.1. El origen y funcionalidad del primer párrafo
    - 6.4.1.2. Normas básicas de redacción del primer párrafo de la noticia
- 6.5. La capacidad de comunicar
  - 6.5.1. Libros de estilo. El estilo periodístico. Estructuración del contenido
    - 6.5.1.1. Libros de estilo
    - 6.5.1.2. El estilo periodístico
    - 6.5.1.3. Estructuración del contenido
- 6.6. Taller de redacción
  - 6.6.1. Taller de redacción periodística cultural
    - 6.6.1.1. Análisis de entrevistas
    - 6.6.1.2. Análisis de reportajes y crónicas
    - 6.6.1.3. Análisis de reseñas, reseñas críticas, artículos de opinión y columnas de opinión



## Módulo 7. Información cultural en radio

- 7.1. Objetivos de la información en la radio
  - 7.1.1. Características frente a otros medios
    - 7.1.1.1. El origen de la radio
    - 7.1.1.2. Características frente a otros medios
    - 7.1.1.3. El papel de la radio en la actualidad
  - 7.1.2. El lenguaje radiofónico
    - 7.1.2.1. Lo que el lenguaje le permite a la radio
    - 7.1.2.2. El acento en la radio
    - 7.1.2.3. La retransmisión de acontecimientos
- 7.2. Introducción a los programas culturales radiofónicos
  - 7.2.1. Sinopsis y titulares o sumarios
    - 7.2.1.1. Los espacios informativos
    - 7.2.1.2. La participación del oyente en los espacios informativos
    - 7.2.1.3. Las nuevas tecnologías en la radio
- 7.3. El reportaje y la entrevista
  - 7.3.1. El reportaje y la entrevista
    - 7.3.1.1. El reportaje
    - 7.3.1.2. La entrevista
- 7.4. Elementos de continuidad
  - 7.4.1. La fluidez en la radio
    - 7.4.1.1. Locución y moderación vocal
    - 7.4.1.2. La repetición
- 7.5. El guion radiofónico
  - 7.5.1. Herramientas para los periodistas culturales en la radio
    - 7.5.1.1. El guion radiofónico
    - 7.5.1.2. Documentación en la radio
    - 7.5.1.3. Los manuales de estilo

## Módulo 8. Visualización de datos en el Periodismo Cultural

- 8.1. Disposición visual de la información
  - 8.1.1. Los fundamentos de los modelos de visualización de la información
    - 8.1.1.1. La imagen en la prensa
    - 8.1.1.2. La visualización de la información
- 8.2. Evolución de la infografía periodística
  - 8.2.1. Infografías en la prensa, periodismo de precisión y visualización analítica
    - 8.2.1.1. Infografía en la prensa
    - 8.2.1.2. Periodismo de precisión
    - 8.2.1.3. Visualización analítica
- 8.3. Clasificación de las infografías
  - 8.3.1. Hacia un nuevo modelo periodístico
    - 8.3.1.1. La digitalización de los datos
    - 8.3.1.2. La interacción de los datos en los medios. De la publicidad a la información
  - 8.3.2. Visualización analítica y sociedad de la información
    - 8.3.2.1. Eliminación de lo superfluo
    - 8.3.2.2. Tablas, diagramas, gráficos, mapas, cajas de datos, infogramas, inforrelatos
- 8.4. El papel del profesional del periodismo y de la infografía
  - 8.4.1. Construir una sección de infografía en los diferentes medios
    - 8.4.1.1. Herramientas de creación de infografías
    - 8.4.1.2. Adaptación de la información a los medios
    - 8.4.1.3. La agencia de infografías
- 8.5. Digitalización e interactividad
  - 8.5.1. La visualización interactiva en un mundo multimedia y multiplataforma
    - 8.5.1.1. La visualización interactiva
    - 8.5.1.2. Principios esenciales del diseño de interacción
    - 8.5.1.3. Multimedialidad

- 8.6. Elementos de las infografías en el periodismo
  - 8.6.1. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El trabajo del día a día. La elección del software. Los textos: titulares y cuerpo de la información. Las ilustraciones. Las fuentes. La firma
    - 8.6.1.1. Selección y planificación. Los datos y la información. Reparto de trabajo. El trabajo del día a día
    - 8.6.1.2. Los textos: titulares y cuerpo de la información
    - 8.6.1.3. Las ilustraciones. Las fuentes. La firma
  - 8.6.2. La importancia de la elección tipográfica. Los colores y el tamaño también son información
    - 8.6.2.1. La importancia de la elección tipográfica
    - 8.6.2.2. Los colores y el tamaño

## Módulo 9. Escritura creativa

- 9.1. Literatura y periodismo
  - 9.1.1. Nuevo periodismo: vigencia y caducidad de las narrativas periodísticas
    - 9.1.1.1. Info-ficción
    - 9.1.1.2. Construcción literaria de la realidad
    - 9.1.1.3. El acontecimiento escénico
  - 9.1.2. Análisis de reportajes clásicos y recientes del nuevo periodismo
    - 9.1.2.1. Obra y trayectoria de los periodistas y escritores más destacados de este ámbito
    - 9.1.2.2. Medios de comunicación (revistas, suplementos, programas audiovisuales)
- 9.2. La diversificación de la realidad
  - 9.2.1. La imaginación frente a la tematización de la cultura
    - 9.2.1.1. El posicionamiento entre la evidencia
    - 9.2.1.2. El recuento de las historias publicadas
    - 9.2.1.3. La crónica y el reportaje literario
  - 9.2.2. Reescritura de las piezas periodísticas originales
    - 9.2.2.1. Crónicas
    - 9.2.2.2. Entrevistas
    - 9.2.2.3. Reportajes



- 9.3. La reconstrucción literaria de la realidad
  - 9.3.1. El artículo periodístico-literario de un evento cultural presenciado
    - 9.3.1.1. Artes escénicas, plásticas, Literatura, cine, ocio infantil, museos, arquitectura, gastronomía, ferias, etc.
    - 9.3.1.2. Programación cultural medios de comunicación
    - 9.3.1.3. Internet y redes sociales
  - 9.3.2. Diseño y elaboración de un artículo periodístico-literario
    - 9.3.2.1. Claves de redacción

## Módulo 10. Cultura audiovisual

- 10.1. Imagen audiovisual y cultural
  - 10.1.1. Aprender a mirar
    - 10.1.1.1. El estudio de la relación "imagen-cultura" a través del símbolo
    - 10.1.1.2. La lectura de la imagen audiovisual
    - 10.1.1.3. El método de Análisis Textual
  - 10.1.2. Los símbolos en la cultura visual
    - 10.1.2.1. La imagen audiovisual como forma simbólica
    - 10.1.2.2. Los símbolos más usados en el mundo audiovisual
- 10.2. Las formas en el lenguaje audiovisual
  - 10.2.1. La ley del deseo: el cine como una fábrica de sueños
    - 10.2.1.1. Las tres tareas creativas del lenguaje audiovisual: puesta en escena, puesta en cuadro y puesta en serie
    - 10.2.1.2. El espectador. El proceso de identificación narrativo
    - 10.2.1.3. Las raíces míticas del relato audiovisual
- 10.3. Los discursos en el lenguaje audiovisual
  - 10.3.1. El discurso audiovisual
    - 10.3.1.1. El discurso audiovisual
    - 10.3.1.2. Clasicismo y ruptura de la posmodernidad

- 10.4. El cine y el imaginario visual
  - 10.4.1. La dimensión narrativa del imaginario
    - 10.4.1.1. La dimensión narrativa del imaginario
    - 10.4.1.2. La construcción de la identidad
- 10.5. Imágenes de la alteridad
  - 10.5.1. Construcción y reconstrucción de arquetipos
    - 10.5.1.1. La representación del Otro
    - 10.5.1.2. Imágenes de la alteridad

## Módulo 11. La cultura en la televisión

- 11.1. Fundamentos teóricos
  - 11.1.1. Conceptos básicos y diferencias con la radio y otros medios
    - 11.1.1.1. Conceptos básicos de realización televisiva
    - 11.1.1.2. Diferencia con el cine, la radio y otros medios
- 11.2. El proceso de la creación televisiva
  - 11.2.1. La producción en el estudio
    - 11.2.1.1. Particularidades de la grabación en estudio
    - 11.2.1.2. Funciones de la profesional de realización
    - 11.2.1.3. Resto del personal y material técnico
  - 11.2.2. Técnica multicámara
    - 11.2.2.1. Diferencias respecto a la realización con una sola cámara
    - 11.2.2.2. Triángulo de cámara
    - 11.2.2.3. El directo televisivo
    - 11.2.2.4. La escaleta
    - 11.2.2.5. Magazines, el debate, la entrevista, la puesta en escena

- 11.3. El documental y el reportaje cultural
  - 11.3.1. Introducción al documental
    - 11.3.1.1. Documental y el periodismo
    - 11.3.1.2. Interacción con la realidad
    - 11.3.1.3. Documental de creación
  - 11.3.2. Reportaje
    - 11.3.2.1. El Periodismo Cultural audiovisual
    - 11.3.2.2. Reportaje, noticia y editorial
    - 11.3.2.3. Características del reportaje
  - 11.3.3. El proyecto documental-reportaje
    - 11.3.3.1. Introducción
    - 11.3.3.2. Argumento
    - 11.3.3.3. Contexto
    - 11.3.3.4. Sinopsis y estructura
    - 11.3.3.5. Forma y estilo
    - 11.3.3.6. Público

## Módulo 12. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales

- 12.1. La cultura y la cibercultura
  - 12.1.1. Cibercultura y comunicación digital
    - 12.1.1.1. Conceptos básicos
    - 12.1.1.2. Nuevo modelo cultural
    - 12.1.1.3. Cultura naciente y producto cultural
  - 12.1.2. Nuevas formas de la comunicación social
    - 12.1.2.1. Cibercultura popular
    - 12.1.2.2. Transculturación y cibertransculturación
  - 12.1.3. La proactividad en la sociedad actual
    - 12.1.3.1. Civilización digital
    - 12.1.3.2. Inteligencia colectiva

- 12.2. El ciberperiodismo
  - 12.2.1. Creación de contenido digital
    - 12.2.1.1. Periodismo en la web
    - 12.2.1.2. Escribir contenidos culturales en y para la web
  - 12.2.2. Comunicación 2.0 y 3.0
    - 12.2.2.1. Interactividad
    - 12.2.2.2. Red social
  - 12.2.3. Hipertexto y multimedialidad
    - 12.2.3.1. Impacto del hipertexto en los géneros periodísticos tradicionales y desarrollo de nuevos géneros
    - 12.2.3.2. Estudio y aplicación de los recursos multimedia en el periodismo difundido en la Web

## Módulo 13. Diseño periodístico

- 13.1. El diseño periodístico en la sociedad de la información
  - 13.1.1. El diseño de la información en el Periodismo Cultural
    - 13.1.1.1. Concepto de diseño periodístico
    - 13.1.1.2. Elementos, objetivos y especialidades
    - 13.1.1.3. El diseño de la información en el Periodismo Cultural
    - 13.1.1.4. La función del diseñador en la sociedad actual
- 13.2. Lenguaje textual y tipográfico en el diseño periodístico
  - 13.2.1. Lenguaje textual y tipográfico en el diseño periodístico
    - 13.2.1.1. La estructuración del espacio que alberga los signos: formato, mancha y retícula
    - 13.2.1.2. Los signos lingüísticos y su apariencia gráfica: tipografía, tamaño, color, orientación
    - 13.2.1.3. Visibilidad y legibilidad
    - 13.2.1.4. Conceptos básicos de los elementos periodísticos textuales
    - 13.2.1.5. El texto como recurso informativo
  - 13.2.2. Tipografía: conceptos esenciales y su integración con otros elementos
    - 13.2.2.1. Conceptos esenciales (clases, elección y legibilidad)
    - 13.2.2.2. Recursos de diseño eficaz (ubicación, tamaño y extensión)
    - 13.2.2.3. Integración de los recursos de diseño con otros elementos (icónicos, plásticos y estructurales)

- 13.3. El papel de la imagen para informar
  - 13.3.1. El papel de la imagen para informar
    - 13.3.1.1. Fotografía, ilustración e infografía
    - 13.3.1.2. Funciones y estilos
  - 13.3.2. Recursos periodísticos básicos
    - 13.3.2.1. Fotografía
    - 13.3.2.2. Ilustración
    - 13.3.2.3. Infografía
- 13.4. El color en el diseño de la información
  - 13.4.1. El color en el Periodismo Cultural
    - 13.4.1.1. El significado del color a nivel cultural
    - 13.4.1.2. Aplicación técnica y periodística del color
    - 13.4.1.3. El color y el Periodismo Cultural
- 13.5. Composición de un proyecto cultural impreso
  - 13.5.1. Jerarquización y estructuración de los elementos
    - 13.5.1.1. Aplicación conjunta de los recursos de jerarquización y estructuración disponibles
    - 13.5.1.2. Contraste, proporción, armonía, simetría y equilibrio
  - 13.5.2. Adaptación al producto cultural y a la cultura del público
    - 13.5.2.1. Adaptación al producto cultural
    - 13.5.2.2. Adaptación a la cultura del público
    - 13.5.2.3. Consideración de las posibilidades técnicas y económicas disponibles

## Módulo 14. Arte y cultura digital

- 14.1. La adaptación del modelo artístico a los medios de comunicación
  - 14.1.1. La genealogía de nuevos formatos artísticos
    - 14.1.1.1. De la fotografía al Net.art
  - 14.1.2. El arte en los medios y los medios en el arte
    - 14.1.2.1. Incursión del arte de los medios
    - 14.1.2.2. El arte en los nuevos medios
    - 14.1.2.3. Movimientos artísticos contemporáneos

- 14.2. La tecnología digital y la fotografía
  - 14.2.1. La pic-revolución
    - 14.2.1.1. Estudio y valoración de la tecnología digital adaptada al campo de la obra fotográfica
    - 14.2.1.2. Manifestaciones: el arte en internet
    - 14.2.1.3. Hacktivismo
- 14.3. El medio como soporte artístico
  - 14.3.1. Análisis de la viabilidad del arte en los medios
    - 14.3.1.1. El arte multimedia
    - 14.3.1.2. Los límites del arte en los medios
- 14.4. La interacción con el (no) espectador
  - 14.4.1. La exigencia de la participación del público en la obra
    - 14.4.1.1. Interactividad Mecánica-Eléctrica
    - 14.4.1.2. Interactividad en los videojuegos
    - 14.4.1.3. Interactividad electrónica
  - 14.4.2. ¿De quién es el arte? La influencia de la sociedad en el arte y cómo se traslada a los medios
    - 14.4.2.1. La influencia de la sociedad en el arte
    - 14.4.2.2. Traslado del arte a los medios de comunicación
- 14.5. El arte actual
  - 14.5.1. Producción, comisariado y exhibición de arte digital y museo inmaterial
    - 14.5.1.1. Producción
    - 14.5.1.2. Comisariado
    - 14.5.1.3. Exhibición de arte digital y museo inmaterial

## Módulo 15. Taller de Periodismo Cultural

- 15.1. La red de la comunicación digital
  - 15.1.1. El Periodismo Cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital
    - 15.1.1.1. Objetivos y fuentes del Periodismo Cultural en los medios audiovisuales
    - 15.1.1.2. Conocer al público y saber dónde encontrarlo
    - 15.1.1.3. Programas y géneros del Periodismo Cultural en medios lineales y no lineales de Radio y Televisión
  - 15.1.2. El arte de contar las historias
    - 15.1.2.1. La perspectiva de la narratología y el *Storytelling*
    - 15.1.2.2. Autoconocimiento, motivación y metas personales en el ejercicio del Periodismo Cultural
    - 15.1.2.3. La creatividad y el punto de vista del relato periodístico
    - 15.1.2.4. El rigor informativo en la información cultural
    - 15.1.2.5. La identidad y el estilo de marca personal
- 15.2. Documentación periodística
  - 15.2.1. Guías esenciales de documentación periodística cultural
    - 15.2.1.1. Documentación histórica
    - 15.2.1.2. Documentación actual
    - 15.2.1.3. La rabiosa actualidad
- 15.3. Tendencias actuales de la comunicación aplicadas al Periodismo Cultural
  - 15.3.1. La filosofía 3.0 de la comunicación
    - 15.3.1.1. La web 3.0: definiciones y características
    - 15.3.1.2. El Periodismo Cultural en la web 3.0
    - 15.3.1.3. Características de la redacción periodística a partir de la convergencia







- 15.4. Las redes sociales y el periodismo
  - 15.4.1. Gestión de medios y redes sociales
    - 15.4.1.1. Facebook
    - 15.4.1.2. Twitter
    - 15.4.1.3. Instagram
    - 15.4.1.4. LinkedIn
    - 15.4.1.5. Otras redes
  - 15.4.2. Contenidos periodísticos interactivos
    - 15.4.2.1. El rol del profesional del periodismo
    - 15.4.2.2. Informar o entretener
    - 15.4.2.3. Más medios digitales
    - 15.4.2.4. Contenidos de periodismo interactivo
  - 15.4.3. Los paradigmas de la comunicación
    - 15.4.3.1. La audiencia y el usuario
    - 15.4.3.2. El medio y el contenido
    - 15.4.3.3. El soporte
    - 15.4.3.4. El tiempo
    - 15.4.3.5. La desinformación
- 15.5. La visibilidad de la información sobre cultura en la Red
  - 15.5.1. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados
    - 15.5.1.1. SEO
    - 15.5.1.2. SEM
    - 15.5.1.3. SMO
    - 15.5.1.4. SMM
    - 15.5.1.5. SERM

06

# 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.





“

*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.





07

# Titulación

El Máster Título Propio en Periodismo Cultural garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.





“

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster Título Propio en Periodismo Cultural** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

**TECH Global University**, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

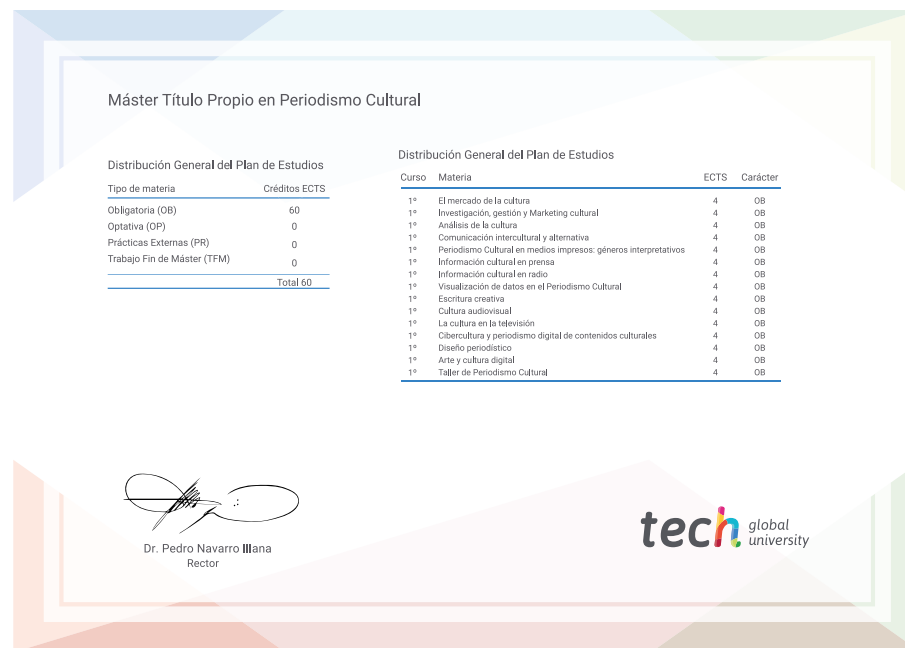
Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Máster Título Propio en Periodismo Cultural**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**



\*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

salud futuro  
confianza personas  
educación información tutores  
garantía acreditación enseñanza  
instituciones tecnología aprendizaje  
comunidad compromiso  
atención personalizada innovación  
conocimiento presente calidad  
desarrollo web form  
aula virtual idiomas

**tech** global  
university

## Máster Título Propio Periodismo Cultural

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online



# Máster Título Propio

## Periodismo Cultural

