

UNIDAD 1 | Introducción al ecosistema digital de medios

Nuevo contexto

- Fin de los intermediarios ('todos somos publishers')
- Ocaso de lo unidireccional ('usuarios', no 'lectores')
- Chris Anderson, The Long Tail, 2004
- Economía de la Reputación.

Nuevas narrativas

- Mundo digital: tecnología + diálogo + emoción
- Personalidad de marca = storytelling x (360 + 365)
- Marketing de contenidos

Bibliografía obligatoria:

Apuntes de clases

"El mundo después de la publicidad", Revista Apertura, 2014 (<https://goo.gl/mu5bNx>)

"Brand Journalism: el fin de los intermediarios", Revista Apertura, 2013. (<https://goo.gl/zQUwdE>)

UNIDAD 2 | Internet y Gestores de Contenidos

Principios de internet

- Definición, concepto y origen de Internet.
- Principios básicos de sistemas: dominio, servidor, TCP/IP, HTML.
- El concepto de neutralidad de internet.

Gestores de contenido

- CMS y sitios de noticias.
- Páginas, entradas, categorías, etiquetas, medios, menús, plantillas.

UNIDAD 3 | El periodismo en la Era Digital

El nuevo periodista

Nuevas habilidades y destrezas profesionales (la identidad digital del periodista; periodismo desde el móvil; creación de valor en un mundo sobreinformado; inmediatez y calidad; fuentes y verificación de la información; el periodista como marca: reputación e identidad digital.

Nuevas herramientas

La participación ciudadana, redes sociales; herramientas de curación de contenidos; networking; nuevas rutinas de producción.

Nuevos perfiles profesionales

Competencias multidisciplinares; content curator; community manager; brand journalism; data journalism. Desafíos del régimen legal.

Palabras clave del nuevo profesional

Rich media. Engagement. 360° x 24. Relevancia. Inmediatez. Brevedad. Customización y personalización. Texto vs hipertexto. Visualización. Curación. Prosumidor. Multimedia. Cross media.

Unidad 4 | Cómo escribir para la web

- Cómo llamar la atención a las audiencias digitales.
- Consejos para escribir historias con calidad
- 10 tipos de artículos más populares
- Storytelling: concepto y aplicación
- La importancia de los enlaces
- Testimonios: cuándo y por qué se utilizan
- Errores frecuentes.
- Optimización para SEO

Bibliografía obligatoria:

Apuntes de clases

Cómo escribir para cautivar a las audiencias digitales (<https://goo.gl/iGBCAX>)

Cómo escribir para cautivar a las audiencias digitales (con notas) (<https://goo.gl/4JctoF>)

Cómo escribir para la web (Guillermo Franco) (<https://goo.gl/M0v8JK>)

UNIDAD 5 | Soportes, formatos y herramientas

Definición de FORMATO y SOPORTE.

Formatos

El relato multimedia; webdocs; live streaming; datos, drones, sensores, newsgaming, documentos, brevedad e inmediatez. Audiovisual, social y móvil. SEO. Narrativas transmedia

Soportes

Tradicionales y digitales. Tablet/redader, wearables, Smarttv, smartphones, vía pública digital, etc.

Herramientas

- Visualización de la información.
- Audiovisual.
- Content curation (curación de contenidos)
- Otras herramientas.

Bibliografía obligatoria:

Apuntes de clases

Herramientas Digitales para Periodistas (Sandra Cruccianelli) (<https://goo.gl/o3dj6k>)

Nuevas narrativas para contar historias (<https://goo.gl/UQWd6U>)

Nuevas narrativas para contar historias (con notas) (<https://goo.gl/YrkPvD>)

UNIDAD 6 | Cómo rentabilidad productos periodísticos digitales

- Proceso de digitalización de los medios
- Estrategias para rentabilizar un producto online: redes publicitarias, usuarios, patrocinios y comunidades online.
- Publicidad contextual vs programática
- Formatos: banner, patrocinio, pop-up, intersticial, newsletters y otros formatos de empuje, vínculos, afiliados, etc.
- Emprender en periodismo: emprender low cost; periodismo hiperlocal; coworking; alianzas con otros medios; iniciativas audiovisuales; cooperativas; redes de blogs.

Bibliografía obligatoria:

Apuntes de clases

ADEPA - 4 estrategias para rentabilizar el periodismo online (<https://goo.gl/gtbXe8>)

Jorge Pablo Correa González, “Estructura de la organización de la empresa periodística”, Red Tercer Milenio. (PÁGINAS 98 A 112) (<https://goo.gl/IHEZ60>)

Bibliografía complementaria de la materia:

✓ MANCINI, P., Hackear el periodismo: manual de laboratorio. 1ª Edición. Buenos Aires. La Crujía, 2011.

✓ SCOLARI, C., Narrativas transmedia, cuando todos los medios cuentan. 1ª Edición. Barcelona. Deusto, 2013.

✓ ROITBERG, Gastón. PICCATO, Franco (Comp.). Periodismo disruptivo : Dilemas y estrategias para la innovación. 1ª Edición. Buenos Aires. La Crujía

✓ AGUADO, J.M.; FEIJÓO, C.; MARTÍNEZ, I. La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital. Gedisa Editorial. 1ra edición. Barcelona. 2013

✓ YUSTE, B. CABRERA, M. Emprender en periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información. Editorial UOC, Barcelona, 2013.