

DOBLE TITULACIÓN

MÁSTER EN PERIODISMO DIGITAL

+

TÉCNICO EXPERTO EN MEDIOS DE
COMUNICACIÓN



IEM004

- DIPLOMA ACREDITADO POR NOTARIO EUROPEO -



DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Periodismo Digital y Medios de Comunicación** y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer los los medios digitales y el periodismo digital, los aspectos legales del periodismo digital, el diseño del periódico electrónico, las fuentes del periodismo digital, el tratamiento de contenidos, el marketing y publicidad online además de la regulación y códigos deontológicos en publicidad el diseño del plan de medios y soportes publicitarios y la ejecución y contratación del plan de medios. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirán hacer un seguimiento del curso y del avance de una manera autónoma, basándose en los resultados obtenidos en el ejercicio.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
600H



MODALIDAD
A DISTANCIA / ONLINE

*Ambas modalidades incluyen módulos con clases en directo



CURSO INICIAL
ONLINE



TUTORIAS
PERSONALIZADAS



IDIOMA
CASTELLANO



DURACIÓN
HASTA UN AÑO

*Prorrogable



IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 2380€

VALOR ACTUAL: 595€


CERTIFICACIÓN OBTENIDA


Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**MÁSTER EN PERIODISMO DIGITAL + TÉCNICO EXPERTO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**”, del INSTITUTO EUROPEO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

REDES SOCIALES


 www.facebook.com/ieperiodismo

 [linkedin.com/school/instituto-europeo-periodismo-comunicacion](https://www.linkedin.com/school/instituto-europeo-periodismo-comunicacion)

 [@ieperiodismocomunicacion](https://www.instagram.com/ieperiodismocomunicacion)

 www.ieperiodismo.com

 [@ieperiodismo](https://twitter.com/ieperiodismo)

 www.ieperiodismo.com/blog

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. PERIODISMO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS MEDIOS DIGITALES Y EL PERIODISMO DIGITAL

1. El Nuevo Periodismo Digital, Cyberperiodismo o Periodismo web: definición y principales características
2. Los nuevos medios digitales: una ventana abierta al futuro
3. Convergencia digital del mundo audiovisual: contenido multimedia y medios de comunicación
4. Nuevas oportunidades y riesgos en el escenario de la comunicación digital
5. Factores claves de éxito para el nuevo periodista del siglo XXI
6. Competencias profesionales del Periodista en la Era Digital
7. Social Media Editor, Reportero multimedia, Community Manager, Gestor AdSense, Ejecutivo Business: nuevas perspectivas de empleo y salidas profesionales vinculadas a la comunicación online
8. Periodismo de marca: Brand journalism y Newsjacking
9. El Mercado Digital: Usuarios y e-Consumer

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PERIÓDICO ELECTRÓNICO. INTRODUCCIÓN

1. La noticia en Internet
2. Las Seis W de una noticia
3. La pirámide invertida
4. Elementos de una noticia
5. Cómo enriquecer una noticia digital
6. El Hipertexto
7. Organización hipertextual
8. Un laberinto especial: el periódico electrónico
9. Estructura hipertextual

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS DEL PERIODISMO DIGITAL

1. Recursos y herramientas de última generación al servicio del periodista digital
2. Herramientas de edición digital, editores de noticias y textos
3. Herramientas interactivas multimedia
4. Plataformas y aplicaciones dinámicas para el trabajo con gráficos
5. Herramientas para la búsqueda, análisis de contenido y rastreo de etiquetas
6. Conversores de vídeo y generador de GIF animados
7. Apps de edición multimedia y corrección gramatical para iOS, Android, iPhone y iPad
8. Aplicaciones y herramientas para la elaboración de contenidos en el periodismo de datos
9. Mapas y Sistemas de Información Geográfica (SIG)
10. Screen scraping Técnicas de ingeniería inversa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES DEL PERIODISMO DIGITAL

1. Desde la redacción
2. Agencias de información
3. Acceso a las agencias de información
4. El teletipo

5. La valoración de la noticia
6. Los medios tradicionales como fuente de noticias
7. Internet como fuente de información
8. Clasificación de los medios digitales
9. Buscadores, búsqueda temática y motores de búsqueda
10. Búsqueda temática
11. Motores de búsqueda
12. BIG DATA: Transparencia y periodismo de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TRATAMIENTO DE CONTENIDOS

1. Planteamiento editorial: audiencia y contenidos
2. La audiencia y los contenidos
3. Pautas Previas: Tipos de servidores Web, registro gratuito, cobro por contenidos
4. El profesional de la información
5. Hábitos en la red
6. Tipos de servidores Web
7. El registro gratuito
8. El cobro por los contenidos
9. Fases de la edición
10. El Consejo de redacción
11. Investigación periodística
12. Redacción: técnicas de composición para periódicos digitales
13. Técnicas de redacción para periódicos digitales
14. Diseño
15. Tipografía y legibilidad
16. Kerning y Tracking
17. El interlineado
18. Los enlaces
19. Textos y navegación
20. Diseño y navegación
21. Control de peso
22. Sistemas de navegación
23. Edición
24. Publicación
25. Difusión y Redifusión de la Información Feedness y RSS
26. Usabilidad y satisfacción
27. Usabilidad
28. Evaluación de la usabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ASPECTOS LEGALES PERIODISMO DIGITAL

1. Aspectos legales
2. La propiedad intelectual
3. Bienes inmateriales
4. Autores
5. Obras
6. Obras individuales, colectivas y de empresa
7. Apunte histórico
8. Obras y autores
9. Derechos morales y patrimoniales
10. La propiedad Intelectual
11. Fotografías
12. Derechos de autor en Internet

13. Nuevas tecnologías
14. Distribución indiscriminada
15. Nuevas leyes sobre el derecho de autor
16. Movimiento de Copyleft
17. Apunte histórico
18. Licencias GNU
19. Creative commons
20. Software gratuito y software libre
21. Marketing, publicidad y comercio en Internet
22. Periodismo y publicidad
23. Comercio electrónico
24. Publicidad en la prensa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES Y CLOUD JOURNALISM

1. Periodismo y redes sociales
2. Facebook
3. Twitter
4. Youtube
5. Instagram
6. LinkedIn
7. Pinterest
8. Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales
9. Consejos para periodistas en las redes sociales
10. Bookmarking: marcadores sociales
11. Recursos para el análisis y medición de audiencias en las redes sociales
12. Herramientas para medir el impacto de su estrategia en redes sociales
13. Las Redes sociales en los Móviles
14. Periodismo móvil y Apps, herramientas imprescindibles
15. Apps, herramientas imprescindibles para periodismo móvil
16. Aplicaciones fotográficas para Android

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MARKETING Y PUBLICIDAD ONLINE

1. Marketing online
2. Concepto "Marketing mix"
3. Identificar a la audiencia
4. Identificar al usuario
5. Tecnologías para segmentar la audiencia
6. Estados Unidos: punta de lanza de la modernidad
7. Marketing interactivo
8. La publicidad y el marketing a lo largo del tiempo
9. El plan de marketing en Internet (PMI)
10. La creación de valor
11. Marketing e Internet
12. Captar clientes
13. Ganchos para atraer
14. La emoción
15. Tipos de publicidad: Acciones promocionales y banners
16. Acciones promocionales y banners
17. Marketing viral
18. Problemas del Marketing en Internet
19. Seguridad y confidencialidad

PARTE 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN INTERNET

UNIDAD FORMATIVA 1. PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD.

1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor.
2. Diferenciación de conceptos clave:
 - Publicidad ilícita.
 - Publicidad subliminal.
 - Publicidad engañosa y desleal.
3. Regulación publicitaria en Internet.
4. Códigos deontológicos en el sector.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS.

1. Plan de medios:
 - Concepto.
 - Características y elementos de planificación.
2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación:
 - Diferenciación de medios, soportes y formas publicitarias.
 - Publicidad convencional y no convencional.
 - Internet como medio publicitario y de relaciones con clientes.
3. Modelos de planes de medios:
4. Fuentes de información e investigación de medios de comunicación.
 - Características y diferencias.
 - Obtención del ranking de soportes: audiencia, costes, rentabilidad, afinidad, etc.
 - Cuadro de mando de una campaña publicitaria.
5. Criterios de elección de medios y soportes:
 - Según producto.
 - Según público objetivo: targets.
 - Evaluación de perfiles y clientes potenciales y objetivos del plan de medios.
 - Tarifas y otros criterios de elección del mix del plan de medios.
6. Formas específicas de publicidad en Internet:
 - Banners, Inserciones, Enlaces patrocinados, e-mails comerciales, contenidos a medida, entre otros.
 - Efectividad sobre otras formas y canales publicitarios tradicionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

1. Calendario de inserciones publicitarias:
 - Representación gráfica del plan de medios.
2. Presupuesto del plan de medios:
 - Confección del presupuesto total y desglosado por períodos y por medios.
 - Recomendaciones para la compra de espacios en medios.
 - Optimización del plan de medios.
3. Ejecución del plan de medios.
 - Relaciones entre agencias y anunciantes.

- Relaciones entre agencias y los medios.
4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias.
- El contrato de publicidad.
 - El contrato de difusión publicitaria.
 - El contrato de creación publicitaria.
 - El contrato de patrocinio.
 - La contratación «online».
 - Facturación.
5. Cursaje de emisión:
- Gestión eficiente del cursaje de emisión.
 - Elaboración de órdenes de cursaje.