

MAESTRÍA

MAESTRÍA INTERNACIONAL EN PERIODISMO DIGITAL

LPG043L

Escuela asociada a:



CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE FORMACIÓN



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ESCUELAS DE NEGOCIOS

DESTINATARIOS

Este curso está dirigido a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores del sector del entorno gráfico y de comunicación y cualquier persona que pretenda adquirir los conocimientos técnicos necesarios para una excelente gestión de periodismo digital.

MODALIDAD

La modalidad de la Maestría es **ONLINE** y **TUTORIZADA**

- Una vez matriculado, el alumno recibirá las claves de acceso en menos de 24 horas laborables.
- Nuestro equipo de profesores y tutores contactará con el alumno en un máximo de 48 horas tras la matrícula para guiar al alumno, acompañarlo en el inicio y a lo largo del curso, y responder a cualquier duda o pregunta que pueda surgir.

DURACIÓN

La duración del curso es de 300 horas.

IMPORTE

MONTO ORIGINAL: 2976\$

MONTO ACTUAL: 744\$

* Importe expresado en Dólares Americanos

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la "MAESTRÍA INTERNACIONAL EN PERIODISMO DIGITAL", de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, AEC y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

La Titulación dispone de la APOSTILLA DE LA HAYA (Certificación Oficial que da validez a la Titulación ante el Ministerio de Educación de más de 200 países de todo el mundo).

CONTENIDO FORMATIVO

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