

MÁSTER

MÁSTER EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL



SELECT
BUSINESS SCHOOL

SBS030

- CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL +
RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS -



DESTINATARIOS

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

Permite conocer el periodismo digital, los medios digitales, el diseño del periódico electrónico, el tratamiento de contenidos, los aspectos legales del periodismo digital, las redes sociales, el marketing y la publicidad online, el community manager, el social CRM y atención al cliente, la gestión de las redes sociales como Instagram o Twitter, las redes sociales 2.0, el Social Media Strategy y la creación y gestión de blog. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno/a encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirán hacer un seguimiento autónomo sobre el avance del curso y reforzar aquellos aspectos que considere oportunos.

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
1500H



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: ~~3880€~~
VALOR ACTUAL: 1940€

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**MÁSTER EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL**”, de SELECT BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

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

Además, el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo – DQ y Universidad de CLEA con un reconocimiento de **60 ECTS**.

REDES SOCIALES



www.facebook.com/SelectBusinessSchool



www.linkedin.com/school/select-business-school/



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



www.escuelaselect.com



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



www.escuelaselect.com/blog

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. PERIODISMO DIGITAL

MÓDULO 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

MÓDULO 2. CDROM PERIODISMO DIGITAL

1. Anexos en Flash

PARTE 2. COMMUNITY MANAGER

MÓDULO 1. COMMUNITY MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIAL CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM
5. Atención al Cliente en Facebook
6. Atención al Cliente en Twitter
7. Atención al Cliente en Instagram

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BLOGGING, SEO Y ANALÍTICA

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Blogs y Wordpress
3. Posicionamiento SEO

4. Contenido inteligente
5. Monitorización Social

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITTER

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Power Editor
10. Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en Twitter
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. Twitter Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

MÓDULO 2. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA

1. Definición de la Web 2.0
2. Tipos de redes sociales
3. Importancia actual del social media
4. El prosumer
5. Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, TWITTER Y LINKEDIN

1. Red social generalista: Facebook
2. Microblogging: Twitter
3. La red social de los profesionales y reclutamiento: LinkedIn

UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST

1. El poder del vídeo: Youtube
2. Imagen y branding: Instagram
3. Red de nicho: Pinterest

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN

1. Elección de canales
2. Planificación de la estrategia
3. El contenido es el rey
4. Social Media Engagement
5. ORM: Online Reputation Management

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Social Listening
2. Uso de chatbots en Facebook Messenger
3. Instagram Direct y gestión de comentarios
4. Twitter como canal de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS

1. Definición y funciones del blog
2. Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress
3. Configuración inicial de Wordpress
4. Páginas de WordPress
5. Diseño del blog
6. Publicación de contenidos
7. Gestión de comentarios
8. Plugins para optimizar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO

1. Herramientas básicas
2. Herramientas de gestión
3. Herramientas de multiposting
4. Herramientas de gestión integral
5. Herramientas de monitorización integral

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA

6. Facebook Insights
7. Estadísticas de Instagram
8. Twitter Analytics
9. Analítica en LinkedIn
10. Youtube Analytics

PARTE 3. TÉCNICO PROFESIONAL EN CREACIÓN Y GESTIÓN DE BLOG.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A WORDPRESS

1. ¿Que es un blog?
2. ¿Que es WordPress?
3. Diferencias entre WordPress.com y WordPress.org

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLATAFORMA WORDPRESS.COM

1. Darse de Alta
2. Portada y Tablero
3. Crear un Post
4. Subir imágenes, vídeos y audio en un post
5. Crear páginas y enlaces
6. Gestión, diseño y categorías
7. Comentarios, ajustes y usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INSTALAR WORDPRESS.ORG

1. Requisitos de instalación
2. Darse de alta en un servidor
3. Crear un espacio web
4. Crear una base de datos
5. Descargar WordPress.org
6. Configurar el FTP
7. Instalar WordPress.org

UNIDAD DIDÁCTICA 4. AJUSTES DE CONFIGURACIÓN

1. Ajustes generales
2. Ajustes de escritura
3. Ajustes de lectura
4. Ajustes de contenidos
5. Ajustes Multimedia
6. Ajustes de privacidad y enlaces

UNIDAD DIDÁCTICA 5. AÑADIR CONTENIDO I

1. Añadir una nueva entrada I
2. Añadir una nueva entrada II
3. Multimedia en una Entrada I
4. Multimedia en una Entrada II
5. Menú Multimedia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. AÑADIR CONTENIDO II

1. Categorías
2. Etiquetas
3. Enlaces
4. Comentario
5. Páginas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. OTRAS POSIBILIDADES DE WORDPRESS

1. Revisiones y Papeleras
2. Herramientas I
3. Herramientas II
4. Usuarios
5. Perfil de Usuario
6. Crear un avatar personalizado

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLANTILLAS

1. Instalar Temas I
2. Instalar Temas II
3. Menús
4. Fondo y Cabeceras
5. Los Widgets
6. El Editor y Estructura

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLUGINS

1. Conceptos básicos
2. Instalar plugins
3. Clasificación plugins
4. Plugin sociable
5. Plugin Flash Gallery
6. Menú de usuario
7. Usuarios Registrados Insertar artículos
8. Usuarios Registrados Insertar enlaces
9. Usuarios Registrados Modificar datos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEO

1. Introducción
2. Url y Título
3. Mapa Web, navegación y diseño
4. Contenido duplicado
5. Optimizar imágenes