



**CEU**  
*Universidad  
San Pablo*

## **Guía Docente**

***MÓDULO ESPECIALIDAD: PERIODISMO DIGITAL***

***PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE***

***MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN MULTIMEDIA:***

***MODALIDAD: PRESENCIAL***

***CURSO 2018***

***FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN***

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

### 1.- MÓDULO:

|  |   |                    |
|--|---|--------------------|
| Nombre: PERIODISMO DIGITAL   |   |                    |
| Código: OS11   |   |                    |
| Máster en que se imparte el módulo: MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN MULTIMEDIA                | Semestre(s) en el que se imparte: Primero y Segundo |                    |
| Carácter: Optativo   | ECTS: 12  | Horas ECTS: 300 h. |
| Idioma: Castellano   | Modalidad: Presencial                               |                    |
| Facultad en la que se imparte la titulación: FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN |   |                    |

### 2.- ORGANIZACIÓN DEL MÓDULO:

|   |
|---|
| Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Área de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas |

## 2. PROFESORADO DEL MÓDULO

### 1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

| Responsable de Módulo          | DATOS DE CONTACTO   |
|--------------------------------|---|
| Nombre:                        | Dr. Bárbara Yuste   |
| Tlfno (ext):                   | 911310100   |
| Email:                         | <a href="mailto:byuste.profesor@tracor.es">byuste.profesor@tracor.es</a>          |
| Perfil Docente e Investigador: | Doctora por la Universidad Complutense de Madrid                                  |
| Líneas de Investigación:       | Periodismo Digital. Periodismo emprendedor y creación de nuevos medios digitales. |

| Profesores   | DATOS DE CONTACTO  |
|--------------|--|
| Nombre:      | D. José Luis Martín Vadillo  |
| Tlfno (ext): | 911310100  |
| Email:       | <a href="mailto:jmartin.profesor@tracor.es">jmartin.profesor@tracor.es</a> |

### 2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas al módulo, los alumnos pueden contactar con el/los profesores a través del e-mail, del teléfono y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno.

### 3. OBJETIVOS DEL MÓDULO

El alumno se especializará de una manera práctica en la profesión de periodista digital. A través de la materia Taller de Periodismo Digital, los alumnos emprenden el lanzamiento y gestión de un medio digital, compitiendo en la red de manera real.

### 4. COMPETENCIAS

#### 1.- COMPETENCIAS:

| Código | Competencias Básicas y Generales   |
|--------|--|
| CB6    | Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación  |
| CB7    | Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio  |
| CB8    | Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios |
| CB9    | Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades   |
| CB10   | Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.  |

| Código | Competencias Generales   |
|--------|--|
| A      | Capacidad de análisis y de síntesis de información relacionada con los nuevos medios.  |
| B      | Capacidad de organizar y planificar.   |
| C      | Comunicación oral y escrita.   |
| D      | Habilidades en el manejo de herramientas informáticas para Internet.   |
| E      | Habilidad de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información procedente de fuentes diversas en Internet y otros medios). |
| F      | Capacidad para la resolución de problemas.   |
| G      | Capacidad para la toma de decisiones.  |
| H      | Capacidad crítica y autocrítica.   |
| I      | Capacidad para integrarse y/o coordinar grupos de trabajo multidisciplinares.  |
| J      | Habilidades interpersonales.   |
| K      | Capacidad para hacer comprensibles soluciones técnicas a públicos no especializados.   |
| L      | Conocer y aplicar los fundamentos éticos de la práctica profesional.   |
| M      | Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.  |

|   |  |
|---|--|
| N | Capacidad de aprender de manera autónoma.  |
| Ñ | Capacidad de adaptación y actualización profesional respecto a la evolución de las tecnologías de la información y su entorno. |
| O | Capacidad de adaptación para trabajar en diferentes roles profesionales dentro del medio.                                      |
| P | Capacidad para gestionar proyectos en Internet o relacionados con nuevos medios.   |
| Q | Iniciativa, proactividad y espíritu emprendedor.   |
| R | Preocupación por la calidad.   |

| Código  | Competencias Específicas   |
|---------|--|
| OP6-C51 | Conocimiento de las estructuras y recursos necesarios para el funcionamiento de una redacción digital, sus flujos de trabajo, escalas de responsabilidad.  |
| OP6-C52 | Conocimiento de las diversas maneras de integración entre una redacción tradicional y otra digital y capacidad para adaptarse a los diferentes roles profesionales que se dan dentro de una redacción digital.   |
| OP6-C53 | Conocimiento básico de los principios de financiación, de realización de presupuestos y de control.  |
| OP6-C54 | Conocer las relaciones entre estructura, diseño, contenidos, etc. de un medio de comunicación periodística on-line y la publicidad (ubicaciones, formatos, rotación, etc)  |
| OP6-C55 | Conocer los circuitos de recepción de publicidad y la interacción entre el medio, los anunciantes, las agencias, los mayoristas, etc.  |
| OP6-C56 | Sabrán cómo beneficiarse incrustando en el medio online publicidad contextual gestionada automáticamente con sistemas de tipo "Adsense" de Google.   |
| OP6-C57 | Conocimiento de modos y maneras que existen para publicitar el propio medio de comunicación online (marketing en buscadores, RSS, agregadores, otros), así como estrategias de posicionamiento (SEO) en buscadores, con la adecuada gestión de los contenidos. |
| OP6-C58 | Capacidad para diseñar un periódico online utilizando diversos estándares de software propietario y de código abierto.   |
| OP6-C59 | Capacidad para construir y gestionar un proyecto, contemplando todos sus aspectos, de periódico online.  |
| OP6-C60 | Saber utilizar los recursos promocionales y de posicionamientos en Internet para dar a conocer el nuevo producto periodístico.   |
| OP6-C61 | Conocer el funcionamiento de una redacción digital y sus procesos y ser capaz de gestionarla y/o participar en ella en diversos roles.   |
| OP6-C62 | Capacidad para seguir, evaluar la audiencia y visibilidad del medio, tomando decisiones consecuentes.  |

## 2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

| Código  | Resultados de Aprendizaje  |
|---------|--|
| OP6-R35 | Los alumnos realizarán en grupos de trabajo una propuesta informada de un medio digital, estableciendo las relaciones entre objetivos de posicionamiento y de mercado y la estructura y recursos técnicos necesarios para su lanzamiento y posterior funcionamiento. |
| OP6-R36 | Mediante un proyecto de lanzamiento de un periódico online, que realizará en grupo, el alumno demostrará conocer los aspectos financieros, promocionales y de comercialización.  |

|         |  |
|---------|--|
| OP6-R37 | A través del desarrollo de propio periódico y el seguimiento de sus resultados los alumnos demostrarán las competencias tanto de la materia-taller, como otras exigidas a lo largo del Máster. |
|---------|--|

## 5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

### 1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| Total Horas de la Módulo | 300 |
|--------------------------|-----|

| Código                   | Nombre                               | Horas Presenciales |
|--------------------------|--------------------------------------|--------------------|
| AF1                      | Teoría / seminario                   | 20 h.              |
| AF2                      | Prácticas                            | 20 h.              |
| AF3                      | Evaluaciones/tutorías/presentaciones | 40 h.              |
| TOTAL Horas Presenciales |                                      | 80 h.              |

| Código | Nombre             | Horas No Presenciales |
|--------|--------------------|-----------------------|
| AF4    | Trabajo Individual | 80 h.                 |
| AF5    | Trabajo Grupal     | 140 h.                |

### 2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

| Actividad  | Definición  |
|--|---|
| <b>AF1</b><br><b>Teoría / Seminario</b>                  | Clases magistrales por parte del profesor sobre los contenidos del programa.<br>Debates sobre temas específicos relacionados con el programa.   |
| <b>AF2</b><br><b>Prácticas</b>                           | Análisis de casos de estudio, ejercicios específicos y resolución de casos de estudio   |
| <b>AF3</b><br><b>Evaluación/Tutorías/ Presentaciones</b> | Evaluación continua de la participación y conocimiento adquiridos.<br>Orientación al alumno en la realización de las prácticas y resolución de dudas.<br>Los alumnos realizarán presentaciones de trabajos. |
| <b>AF4</b><br><b>Trabajos Individuales</b>               | Realización de trabajos de forma individual: ensayos y análisis de casos  |
| <b>AF5</b><br><b>Trabajos Grupales</b>                   | Realización de trabajos en grupo: resolución de casos de estudio, implementación de aplicaciones, etc.  |

## 6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### 1.- ASISTENCIA A CLASE:

! La asistencia es obligatoria.

## 2.- SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

| CONVOCATORIA ORDINARIA (Evaluación Continua) |                             |      |
|--|-----------------------------|------|
| Código                                       | Nombre                      | Peso |
| SE1  | Prueba Final de Evaluación. | 100% |

| CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA |                             |      |
|-----------------------------|-----------------------------|------|
| Código                      | Nombre                      | Peso |
| SE1                         | Prueba Final de Evaluación. | 100% |

## 3.- DESCRIPCIÓN SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

| Sistemas de Evaluación | Definición                  |
|------------------------|-----------------------------|
| <b>SE1</b>             | Prueba Final de Evaluación. |

# 7. PROGRAMA DEL MÓDULO

## 1.- PROGRAMA DEL MÓDULO:

### **ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN UNA REDACCIÓN DIGITAL**

#### **PROGRAMA TEÓRICAS/SEMINARIOS:**

- La redacción digital y su evolución.
- Tipos de redacción digital, según el tipo de medio.
- Variables de la producción de una redacción digital
- El desarrollo de una noticia digital
- La redacción ideal del futuro.

#### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- Planteamiento de una redacción digital en diferentes escenarios empresariales.
- Análisis de los diferentes tipos de medios según su naturaleza.
- Plan de organización de la redacción de un medio digital con presupuesto y funciones definidas.

### **FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN MEDIO PERIODÍSTICO ONLINE**

#### **PROGRAMA TEÓRICAS/SEMINARIOS:**

- Cómo elaborar un plan de negocio digital.
- Análisis de un plan de negocio.

- Cómo financiar un medio digital.
- Aprender a invertir en diferentes soportes publicitarios un proyecto Web.
- Cómo presentar y defender un proyecto digital ante inversores.

**PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- Realizar un estudio de mercado previo al lanzamiento de un medio de comunicación online.
- Estimar los ingresos relativos a la publicidad de un medio de comunicación.
- Concretar qué audiencia potencial tiene un medio y elaborar una estrategia de captación.
- Realizar un cálculo de la financiación requerida por un proyecto de medio digital.
- Análisis de un proyecto empresarial de medio digital siguiendo el modelo DAFO.
- Elaboración de un plan de negocio para un medio digital incluyendo un resumen ejecutivo con estudio de mercado, además de un plan de financiación.

**TALLER DE PERIODISMO DIGITAL**

**PROGRAMA TEÓRICAS/SEMINARIOS:**

- Puesta en común de ideas para el Trabajo Fin de Máster: la creación de un medio de comunicación digital.
- Oportunidades y nichos de mercado para un medio online.
- Diseño y funcionalidades del medio de comunicación digital.
- Plan comercial del medio.
- Análisis de la oportunidad, diseño y modelo de negocio del medio.
- Plan de lanzamiento para la Web.

**PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

Elaboración de una publicación digital en Internet.

## 8. BIBLIOGRAFÍA DEL MÓDULO

### 1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

**ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN UNA REDACCIÓN DIGITAL**

García de Diego Martínez, A. y Parra Valcárcel, D.: *Nuevas tecnologías para la producción periodística*, Ed. Visión Libros, 2007.

Álvarez de Armas, O.: *Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia* (online), 2, 2003.

Rojo Villada, P.A.: *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Sevilla, Comunicación social, 2003.

**FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN MEDIO PERIODÍSTICO ONLINE**

Muñoz Vera, G. y Elosegui, T.: *El arte de medir*, Bresca, 2011.

Laso, I.: *Internet, comercio colaborativo y mComercio: Nuevos modelos de negocio*, Mundi-Prensa Libros, 2002.

Gómez-Borrero, P.: *Prensa e internet, ¿dónde está el negocio?*, Madrid, MediosOn y Escuela de organización industrial, 2010.

**TALLER DE PERIODISMO DIGITAL**

Fundación Telefónica: *Periodismo en la era de Internet*, Editorial Planeta, 2008.

Cebrián Herrero, M.: *Desarrollos del periodismo en Internet*, Editorial Comunicación Social, 2011.

## 2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

### **ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN UNA REDACCIÓN DIGITAL**

Paterson, C. y Domingo, D. (eds.): *Making online news: The ethnography of new media production*, New York, Peter Lang, 2008.

Paterson, C. y Domingo, D. (eds.): *Making online news: Newsroom ethnography in the second decade of internet journalism*, New York, Peter Lang, 2011.

Jones, J. y Lee, S.: *Digital Journalism*, Sage, 2012.

### **FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN MEDIO PERIODÍSTICO ONLINE**

López, M.: *Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI*, Paidós Ibérica, 2004.

### **TALLER DE PERIODISMO DIGITAL**

Mezrich, B.: *Multimillonarios por accidente*, Alienta Editorial, 2010.

## 4.- RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

### **ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN UNA REDACCIÓN DIGITAL**

Online Journalism Blog <http://onlinejournalismblog.com/>

Jeff Jarvis - [http://www.233grados.com/blog/jeff\\_jarvis/](http://www.233grados.com/blog/jeff_jarvis/)

233 Grados - <http://www.233grados.com/>

Juan Varela- Periodistas 21 - <http://periodistas21.blogspot.com/>

Ramón Salaverria - <http://e-periodistas.blogspot.com/>

Juan Carlos Camus – Tienes 5 segundos <http://tienes5segundos.cl/>

Dan Gilmor – We, The media <http://wethemedia.oreilly.com/>

Jakob Nielsen - <http://www.useit.com/>

World's Editor Forum - <http://www.editorsweblog.org/>

Guillermo Franco – Cómo escribir para la web

[http://knightcenter.utexas.edu/como\\_web.php](http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php)

### **FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN MEDIO PERIODÍSTICO ONLINE**

[www.aimc.es](http://www.aimc.es)

[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

[www.comscore.com](http://www.comscore.com)

[www.iabspain.net](http://www.iabspain.net)

[www.ojdinteractiva.com](http://www.ojdinteractiva.com)

### **TALLER DE PERIODISMO DIGITAL**

<http://www.wired.com/wiredscience/2012/02/why-the-longform-boom-its-the-data-stupid/>

[http://elpais.com/elpais/2012/02/28/opinion/1330446416\\_732470.html](http://elpais.com/elpais/2012/02/28/opinion/1330446416_732470.html)

<http://techcrunch.com/2012/02/25/print-is-dead-long-live-print/>

[http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/04/15/actualidad/1334513302\\_326979.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/04/15/actualidad/1334513302_326979.html)

## 9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

### 1.- NORMAS:



Adquieren la condición de alumno de TRACOR y la Universidad CEU San Pablo todas aquellas personas que, habiendo superado el proceso de selección hayan abonado los derechos de matrícula dentro de los plazos y condiciones acordadas.

La condición de alumno se perderá:

1. A la terminación de los estudios y la obtención del título correspondiente.
2. Por la baja voluntaria del alumno.
3. Cuando el alumno cometa las faltas que por su gravedad hayan sido sancionadas con la expulsión, como resultado de la apertura y resolución del correspondiente expediente disciplinario.
4. Por el incumplimiento de las obligaciones económicas del alumno, sin necesidad de apertura de expediente disciplinario. Todo ello sin perjuicio de las acciones legales que pudieran corresponder.