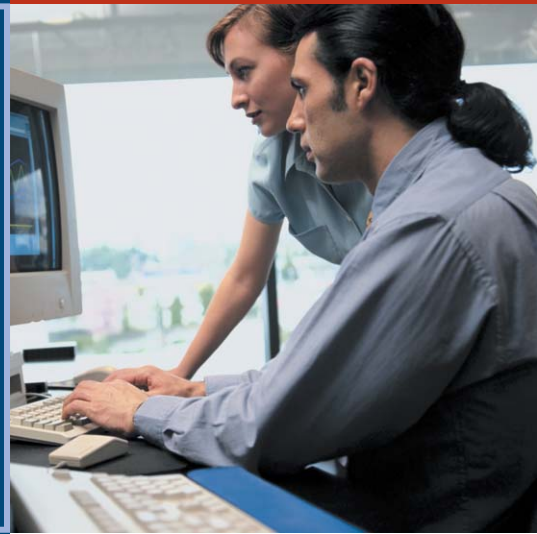


MÁSTER
EN
PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN
DIGITAL



instituto
universitario
de posgrado

Universidad de Alicante
Universidad Autónoma de Barcelona
Universidad Carlos III de Madrid
Santillana Formación



CARACTERÍSTICAS

Titulación

Máster en Periodismo y Comunicación Digital.
Título emitido por la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Carlos III de Madrid.

Dirigido a

- Profesionales en ejercicio de medios de comunicación o de gabinetes de comunicación.
- Profesionales del mundo de la comunicación corporativa.
- Licenciados en Periodismo o en Ciencias de la Información o Comunicación.
- Licenciados en otras disciplinas que, a través de formación de posgrado o experiencia profesional, hayan adquirido formación práctica en el mundo de la comunicación.

Metodología

Antes de comenzar el programa académico, el alumno realiza un curso de toma de contacto con el campus virtual, que le permite familiarizarse con la forma de trabajo en ese entorno y facilitarle el uso de las distintas herramientas de colaboración y comunicación.

Impartido por profesionales en activo, a través de la Red, el curso tiene una metodología eminentemente práctica, gracias a la realización, por parte de los alumnos, de una publicación digital, accesible desde Internet. El curso está basado en la experimentación con las técnicas disponibles en el mercado, en el análisis de casos reales y en las actividades que constituyen el núcleo de la profesión, en especial la integración de texto, vídeo y audio al medio digital.

Evaluación

La calificación final se obtiene a partir de:

- La realización de los ejercicios y actividades planteados en las tareas de cada módulo.
- La participación en foros de debate, trabajos en grupo y actividades individuales.
- Las prácticas en el medio digital: desarrollo y participación en la actividad de comunicación del medio digital e integración en el equipo de trabajo.

Duración

La impartición del máster se realiza a lo largo de un curso académico, con un total de 550 horas equivalentes a 55 créditos, de las cuales 150 horas corresponden a las prácticas realizadas en el medio digital.





MÁSTER EN PERIODISMO DIGITAL

El desarrollo de los medios de comunicación digitales y de la aplicación de las nuevas tecnologías a los medios tradicionales demanda una formación específica de los profesionales de la comunicación y del periodismo.

Frente a los cambios que genera un entorno digital en la estructura, producción y gestión de la información, el Máster en Periodismo y Comunicación Digital ofrece una visión global y una profundización práctica en las nuevas tecnologías disponibles, en su aplicación y en los beneficios que éstas aportan a los procesos de información.

A lo largo del máster, los alumnos crearán una publicación digital donde podrán experimentar y aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la impartición del máster. Trabajarán especialmente en la búsqueda de información en Internet, la actualización de los contenidos y la elaboración de información multimedia e hipertextual.

La realización de este máster proporciona los conocimientos y la experiencia necesaria tanto para los profesionales de la comunicación en activo, que quieren conocer cómo las nuevas tecnologías pueden ayudarles en su trabajo, como para los recién llegados a la profesión, que buscan una mayor capacitación para tener mejores oportunidades en el mercado laboral.

**Los alumnos
crearán
una publicación
digital, en la que
podrán experimentar
y aplicar los nuevos
conocimientos**



PROGRAMA



INTERNET: EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DEL SIGLO XXI

■ La Sociedad de la Información

- La Sociedad de la Información.
- El papel de Internet en la Sociedad de la Información.

■ Cómo funciona Internet

- Protocolos y servicios de Internet.

■ Internet como fuente de información

- Cómo es la información en Internet.
- El navegador.
- Empezar a buscar.
- Planificar y realizar una búsqueda.
- Usar otras herramientas de búsqueda en la WWW.
- Buscar en Internet fuera de la WWW.
- La veracidad de la información en Internet.

■ Nuevas tendencias de Internet

- Dispositivos de móviles.
- Soportes interactivos.
- Proyecto periodístico.

■ La comercialización de los medios digitales

- Historia de la comercialización de Internet.
- Origen y evolución de los portales.
- La publicidad en Internet.
- Financiación y rentabilidad en los medios digitales.

EL PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN EN LOS ENTORNOS MULTIMEDIA EN LÍNEA

■ Introducción a la comunicación digital

- Organización de un medio digital.
- Periodistas y especialistas.

■ El hipertexto

- Análisis de textos.
- Del texto impreso al texto hipertextual.
- La noticia hipertextual.
- El reportaje hipertextual.
- La entrevista hipertextual.
- La crónica hipertextual.
- Hipertexto y opinión.

■ Internet frente a otros medios

- Internet y la prensa escrita.
- Internet y la radio.
- Internet y la televisión.

■ La unidad de la información multimedia

- Aproximación al concepto multimedia.
- Identificación de los elementos de la información multimedia.
- Composición de la información multimedia.
- Modelos de información multimedia.

■ Redacción para los medios digitales

- El redactor digital.
- El papel del lector.
- La actualización.
- Crear un suplemento especial.
- La entrevista por correo electrónico.
- La reinterpretación de los géneros periodísticos.

■ Organización de un medio digital

- Historia de la organización de la redacción digital.
- La convergencia de redacciones.
- Los integrantes de la redacción digital.
- Producción de la redacción digital.

■ Tipología de los medios digitales

- Análisis de un medio digital.
- El nacimiento de los medios impresos. El caso del WashingtonPost.com.
- Weblogs, ¿otra forma de periodismo?

■ Normativa y legislación básica para Internet

- Propiedad intelectual y los derechos de autor.
- Delitos en la Red.
- Comercio electrónico.

■ Sistemas y formas online de comunicación empresarial

- Estrategias de Comunicación Empresarial.
- Comunicación interna.
- Comunicación externa.
- Comunicación entre empresas.
- Marketing directo online.

TECNOLOGÍA MULTIMEDIA PARA LA COMUNICACIÓN DIGITAL

■ Diseño gráfico para crear proyectos en Internet

- Diseño para Internet.
- Introducción al HTML.
- Uso y creación de gráficos.
- Composición en formato web.

■ Tecnología multimedia

- Qué es multimedia.
- El proyecto multimedia.

■ Flash y Dreamweaver

- Cursos desarrollados por Santillana Formación.

EQUIPO ACADÉMICO

DIRECTOR DEL MÁSTER

Paco Olivares García

- Periodista experto en Periodismo Digital, Internet y Nuevas Tecnologías.
- Doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla.
- Licenciado en Filología Hispánica por la Universidad de Sevilla.

María José Cantalapiedra. Profesora titular de Modelos de Medios de Comunicación de la Universidad del País Vasco.

Javier Castañeda. Periodista digital especializado en Internet y Sociedad de la Información. Responsable de Internet de Casa Asia.

Javier Delicado. Editor Ejecutivo de Santillana Formación.

Antonio Fernández Coca. Profesor titular de Tecnología e Innovación Multimedia de la Universidad Islas Baleares.

Elsa Granda. Periodista y redactora del diario El País.

Sofía Jaureguiberría. Periodista y redactora de Canal Sur Web.

Antonio Manfredi. Responsable de edición de los servicios informativos de la web Canal Sur, vinculado a la dirección de informativos de RTVA.

José Manuel Martínez. Profesor de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Xavier Meilán. Especialista en Periodismo Digital, Internet y Nuevas Tecnologías. Colaborador del Grupo Prisa.

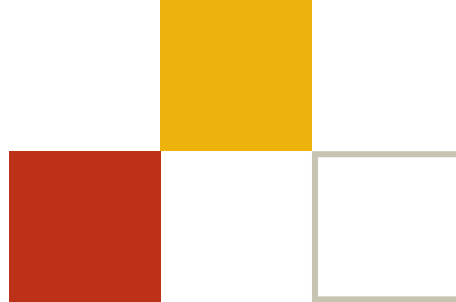
Maidor Perea. Responsable editorial del diario vasco.com y donostia.viapolis.com.

Xosé Ramil. Editor de canalsolidario.org.

Xavier Ribes. Profesor de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Ramón Salaverría. Profesor de Periodismo Especializado de la Universidad de Navarra.

Daniel Tena. Profesor de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.



CÓMO FUNCIONA UN MÁSTER ON LINE

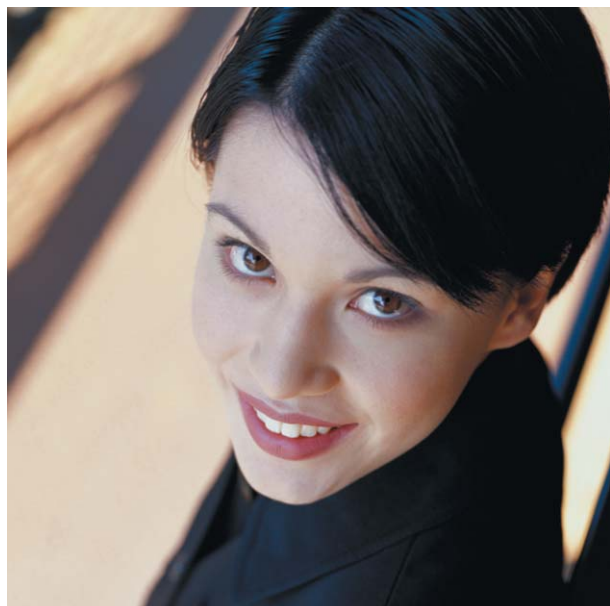
Sistema de enseñanza innovador

La metodología de formación on line del IUP se basa en un modelo activo, participativo y colaborativo. Los contenidos se articulan en escenarios basados en situaciones reales o hipotéticas con problemas prácticos de la vida profesional ante los que el alumno debe aplicar estrategias y tomar decisiones. Las estrategias van acompañadas de materiales teóricos seleccionados por su calidad y de comentarios de expertos en la materia. El objetivo es dotar a los alumnos de conocimientos profesionales, pero también de habilidades y destrezas que los capaciten para un mejor desempeño profesional.

Servicio integral al alumno

La impartición es asíncrona, no requiere la fijación de horarios, aunque sí de calendario, debido a la estructura modular y secuencial de los contenidos y a la limitación de la duración del máster.

Es muy importante el apoyo permanente de los profesores, expertos que resuelven dudas, corrigen las actividades y orientan el aprendizaje. También hay recursos de apoyo: biblioteca virtual, enlaces, plantillas, modelos, glosarios, vídeos y audios.



Dinamismo tecnológico

La formación a través de Internet supone un giro de 180° respecto a la tradicional, e incluso respecto a la formación a distancia, basada en los manuales, las fotocopias y el teléfono. El tiempo y el espacio ya no son las variables más importantes en el aprendizaje. El peso recae en los factores como el apoyo constante al alumno o la interactividad de los contenidos, dos de sus principales características, que permiten hablar no de una formación a distancia, sino de una formación que elimina distancias.

Flexibilidad para comunicarse

En el medio virtual, la comunicación es más próxima y personalizada. El alumno se siente persona, no número. No hay colas delante del departamento en reducidas franjas horarias, ni tampoco hay que levantar la mano entre decenas de personas para aclarar una duda. El profesor está a disposición permanente del alumno, que se siente libre de preguntar y de compartir sus experiencias con el resto de sus compañeros.

Exigencia formativa

El contenido formativo es más dinámico, en tres sentidos: dinamismo audiovisual, lo que significa ver y oír opiniones y procesos a los que no llegamos desde la silla del aula; interactividad, o capacidad de poner en práctica de forma inmediata lo que estamos aprendiendo; y actualidad de los contenidos, la posibilidad de incorporar lo último, lo más novedoso, sin necesidad de que salga al mercado como publicación.

OBJETIVOS DEL IUP

El Instituto Universitario de Posgrado es una empresa de formación superior promovida por tres universidades públicas de prestigio: la Universidad de Alicante, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Carlos III de Madrid, y por Santillana Formación, empresa del Grupo Santillana especializada en la formación de adultos a través de Internet.

La existencia de una empresa formada por tres universidades públicas y un grupo privado de educación y comunicación es una iniciativa sin precedentes en España, necesaria para dar una respuesta eficaz y ágil a los cambios que las nuevas tecnologías están introduciendo en la sociedad y, muy especialmente, en el mundo de la empresa y en el de la formación.

El objetivo del IUP es proyectarse como una institución universitaria de alto prestigio académico en el mundo de habla castellana, con una clara orientación latinoamericana, capaz de dar una respuesta global en materia de posgrado a las demandas de la sociedad, las empresas y los profesionales.

Como institución universitaria de alta calidad, el IUP se distingue por la máxima prioridad que concede a la exigencia académica, el rigor científico de los contenidos y su dimensión práctica, la adecuación metodológica, la actualización, la calidad docente y la participación de profesionales de empresas y organizaciones del sector correspondiente.

Es una iniciativa necesaria
para dar una respuesta eficaz
y ágil a los cambios que
las nuevas tecnologías
están produciendo
en la sociedad y, muy
especialmente, en el mundo
de la empresa y en el
de la formación



Sedes del IUP en LATINOAMÉRICA

ARGENTINA
Av. Leandro N. Alem, 720
CP 1001
BUENOS AIRES C.F., 1437
Teléfono: +54 11 4119 5000
Fax: +54 11 4119 5023

BOLIVIA
Avda. Arce 2333, entre Rosendo
Gutiérrez y Belisario Salinas
Casilla Postal 3953 LA PAZ
Teléfono: +591 2 244 11 22
Fax: +591 2 244 22 08

COLOMBIA
Calle 80, n°10-23
SANTA FE DE BOGOTÁ
Teléfono: +571 635 12 00
Fax: +571 623 17 51

COSTA RICA
La Uruca, 200 mts. Oeste del edificio
de Aviación Civil n°78
1150 SAN JOSÉ DE COSTA RICA
Teléfono: +506 220 42 42
Fax: +506 220 13 20 / 220 20 02

CHILE
Dr. Aníbal Ariztia 1444 - Providencia
SANTIAGO DE CHILE
Teléfono: +562 348 30 74 / 384 30 79
Fax: +562 384 30 20

ECUADOR
Avda. Eloy Alfaro, 2277,
y 6 de diciembre QUITO
Teléfono: +593 244 66 56 / 244 52 58
Fax: +593 226 39 42

EL SALVADOR
C/ Siemens, 51
Zona Industrial Santa Elena
Antiguo Custatlan - LA LIBERTAD
Teléfono: +503 2505 8920
Fax: +503 2278 6066

GUATEMALA
5ª Av. 8-96, Zona 9
GUATEMALA, C.A.
Teléfono: +502 332 04 04
Fax: +502 360 36 07

HONDURAS
Colonia Miraflores Norte, 6ª Avenida
Casa 3.625, bloque 73
TEGUCIGALPA
Teléfono/Fax: +504 231 16 62/228 31 32

MÉXICO
Avda. Universidad, 767
Colonia del Valle
03100 MÉXICO D.F.
Teléfono: +525 55 420 75 30
Fax: +525 55 604 23 04

PANAMÁ
Urbanización Industrial La Locería
Avda. Juan Pablo II, 15
CIUDAD DE PANAMÁ
Teléfono: +507 260 09 46
Fax: +507 260 13 97

PARAGUAY
Venezuela, 276, entre Mariscal
López y España
ASUNCIÓN
Teléfono/Fax: +595 21 202 942 / 213 294 /
214 983

PERÚ
Avda. San Felipe 731 - Jesús María
LIMA, 11
Teléfono: +511 218 10 14
Fax: +511 463 39 86

URUGUAY
Constitución 1889
11800 MONTEVIDEO
Teléfono: +5982 402 73 42 / 41 / 72 71
Fax: +5982 401 51 86

VENEZUELA
Avda. Rómulo Gallegos - Sector Montecristo
Edificio Zulia Piso 1
Boleíta Norte, CARACAS 1071
Teléfono: +58 221 235 30 33 / 239 53 32
Fax: +58 212 239 79 52