



GUÍA DIDÁCTICA

Máster en Periodismo y Comunicación Digital

9ª Edición 2008-2009



Índice

| | |
|--|----|
| ● Introducción al Máster..... | 3 |
| ● Objetivos del Máster..... | 4 |
| ● Contenido de los módulos..... | 5 |
| ● Itinerario de aprendizaje | 14 |
| ● Herramienta de creación de medios digitales..... | 15 |
| ● Autoría de módulos..... | 16 |
| ● Plan de trabajo..... | 19 |
| ● Actividades y criterios de evaluación..... | 22 |
| ● Estudiar en el IUP | 23 |

Introducción al Máster

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

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 (MPCD) 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.

Impartido por profesionales en activo a través de la Red, el curso tendrá una metodología eminentemente práctica mediante la realización, por parte de los alumnos, de un periódico digital accesible desde Internet. El curso está basado en la experimentación con los programas y 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 redacción periodística adaptada al medio digital.

Objetivos del Máster

Los cambios que ha provocado la introducción masiva de las nuevas tecnologías en los entornos profesionales hacen necesaria una preparación específica de los periodistas. Internet exige conocer y dominar nuevas tareas, hasta tal punto que se configura un nuevo perfil periodístico. Un profesional versátil y preparado en un campo multidisciplinar tanto para desarrollar su actividad con autonomía como para integrarse rápidamente en el equipo de trabajo que desarrolle un proyecto digital.

El MPCD permitirá aprender y poner en práctica tareas, herramientas y conocimientos pertenecientes a los distintos ámbitos de la profesión periodística en Internet, obtener una visión crítica del estado de la cuestión y dominar todas aquellas nuevas habilidades que un periodista necesita para desarrollar su trabajo con rapidez, eficacia y buen 'oficio'.

Y como de oficio se trata, el Máster en Periodismo y Comunicación Digital contempla el trabajo práctico en un medio digital propio, para aprender a elaborar noticias multimedia de la misma forma que se aprende el oficio trabajando: desde el principio, el alumno pasa a formar parte de una redacción digital que, a lo largo del curso, desarrollará y publicará su trabajo de forma similar a cómo lo hacen las redacciones digitales más importantes del mundo.

La metodología utilizada es e-learning, entendida como formación a distancia basada en un uso extensivo del ordenador, las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías (Internet, vídeo, CD-ROM, etc.) y que tiene como características fundamentales ser:

- Interactiva, con una comunicación directa y constante entre profesor y alumno, tutor y alumno y alumnos entre sí.
- Rigurosa y de calidad.
- Actualizada permanentemente en los contenidos académicos y profesionales.
- Práctica y orientada a la resolución de problemas y situaciones empresariales.

El campus del IUP crea un Entorno Virtual de Aprendizaje en el que se reflejan los valores que consideramos esenciales para que su experiencia de aprendizaje sea fructífera. El aprendizaje se ve enriquecido por el intercambio de opiniones e ideas entre los alumnos y entre éstos y el profesor, a través de los foros de discusión, el correo interno, las salas de reuniones, videoconferencias y a través del chat.

Contenido de los módulos

El Máster en Periodismo y Comunicación Digital está estructurado en cuatro grandes bloques que son la base de conocimiento que debe poseer todo periodista que trabaje en un medio digital. Este Máster tiene **60 ECTS**, lo que equivale a un total de 1500 horas de trabajo del alumno.

La estructura del Máster en módulos es la siguiente:

Redes

Internet: el medio de comunicación del siglo XXI.

Este bloque realiza un amplio repaso por el contexto en el que se desarrolla cualquier proyecto digital: cómo ha afectado la aparición de Internet al orden socioeconómico, político y cultural, provocando la emergencia de la Sociedad de la Información; cuáles son los mecanismos y herramientas fundamentales de la Red, comercialización y nuevos soportes para la transmisión de información.

Redacción

El periodista en entornos multimedia en línea.

Este bloque se centra en la figura del periodista y sus tareas específicas: la concepción, elaboración y redacción de noticias. Escribir sí, pero para un medio nuevo con unas características discursivas diferentes. Hipertexto, elementos multimedia, atención a nuevos elementos que los medios digitales ponen a disposición del periodista para contar su información de otra manera, como la interactividad, los servicios...

Desde el carácter propio del periodista digital hasta las precauciones y peligros legales que inicia el nuevo camino de Internet pasando por todas aquellas prácticas diarias que vive un periodista en la Red: la redacción y la composición de noticias junto a la dinámica de relaciones que se establece entre el periodista, un nuevo medio y un equipo de trabajo diferente al tradicional.

Tecnología

Tecnología multimedia para el periodismo digital.

Internet es tecnología. Aprovecharla, disfrutarla y producir para Internet precisan del conocimiento y uso de tecnologías específicas. Herramientas de diseño, uso de programas de composición y edición multimedia, completan el abanico de capacidades con las que un periodista concebirá la Red como un medio natural para desarrollar su trabajo.

Redes

Internet: el medio de comunicación del siglo XXI.

M1: La Sociedad de la Información.

Objetivos:

- Introducir al alumno en el contexto de la Sociedad de la Información.
- Proporcionar las nociones básicas sobre la Red.
- Dotar al alumno de una perspectiva del panorama actual de la Red y de lo que supone trabajar en un medio digital.
- Delimitar con la mayor precisión posible los efectos y la trascendencia de las nuevas tecnologías.

Contenidos:

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

Créditos: 1

Autor:

Javier Castañeda. Periodista digital y experto en Sociedad de la Información. Director de Internet de Casa Asia. Blogger de La Vanguardia.es y El País.com.

M4: Cómo funciona Internet.

Objetivos:

- Comprender los fundamentos teóricos de Internet.
- Conocer la arquitectura básica de Internet.
- Familiarizarse con los sistemas de funcionamiento de Internet: lenguajes, protocolos y servicios.

Contenidos:

- 1- Cómo funciona Internet.

Créditos: 1

Autor:

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

M6: Internet como fuente de información.

Objetivos:

- Adquirir la destreza suficiente para planificar una búsqueda en Internet (sea o no en la Web) de la manera más eficaz.
- Escoger la herramienta más adecuada a sus necesidades.
- Valorar la calidad y verosimilitud de la información hallada.

Contenidos:

- 1- Cómo es la información en Internet.
- 2- El navegador.
- 3- Planificar y realizar las búsquedas.
- 4- Otras herramientas de búsqueda en la WWW.
- 5- Buscar en Internet fuera de la WWW.
- 6- La veracidad de la información en Internet.

Créditos: 2**Autor:**

Xabier Meilán. Periodista especializado en Periodismo Digital, Internet y Nuevas Tecnologías. Colaborador del Grupo Prisa.

Sofía Jaureguiberría.

Periodista y redactora de Canal Sur Televisión; trabaja en el área de interactivos de RTVA

M9: Nuevas tendencias en Internet.**Objetivos:**

- Comprender e interpretar correctamente las nuevas plataformas utilizadas por el periodista.
- Aprender a desarrollar y adaptar las capacidades periodísticas de cada uno a los nuevos soportes.
- Conocer las iniciativas que se están desarrollando en los nuevos soportes interactivos.
- Razonar y plantear hipótesis de futuro sobre la implantación de los nuevos dispositivos.

Contenidos:

- 1- Dispositivos móviles.
- 2- Soportes interactivos.
- 3- Proyecto de comunicación integral.

Créditos: 2**Autor:**

Antonio Manfredi. Director Territorial de Radio Televisión de Andalucía en Huelva y presidente de la Asociación de Periodistas Digitales de Andalucía.

M12: La comercialización de los medios digitales.**Objetivos:**

- Comprender la relación entre rentabilidad y contenido en los medios digitales.
- Conocer los hitos fundamentales de la historia de la comercialización de Internet en España.
- Analizar la tipología y estructura de los portales.
- Conocer las formas básicas de financiación de un medio digital.

Contenidos:

- 1- Historia de la comercialización de Internet.
- 2- Origen y evolución de los portales.
- 3- La publicidad en Internet.

4- Financiación y rentabilidad de los medios digitales.

Créditos: 5

Autor:

Francisco Olivares. Periodista experto en Periodismo Digital, Internet y Nuevas Tecnologías. Responsable de Arquitectura de la Información de RTVA. Doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Licenciado en Filología Hispánica por la Universidad de Sevilla.

Redacción.

El periodista en entornos multimedia en línea.

M2: Introducción a la comunicación digital.

Objetivos:

- Diferenciar los nuevos parámetros de un nuevo medio.
- Conocer una panorámica general de la información periodística en Internet.
- Distinguir las características generales del periodismo electrónico.
- Adquirir las habilidades necesarias para trabajar en una redacción *online*.
- Crear la organización del nuevo medio, así como su nombre y temática.

Contenidos:

- 1- Organización de un medio digital o nodo corporativo.
- 2- Periodistas y especialistas en comunicación digital.

Créditos: 1

Autor:

Javier Castañeda. Periodista digital y experto en Sociedad de la Información. Director de Internet de Casa Asia. Blogger de La Vanguardia.es y El País.com

M5: El Hipertexto.

Objetivos:

- Diferenciar los nuevos parámetros de un nuevo medio.
- Conocer las posibilidades que el hipertexto abre a la redacción periodística.
- Conocer las dificultades que plantea el uso del hipertexto.
- Elaborar hipertextos periodísticos informativos y de opinión.

Contenidos:

- 1- El nuevo modo de expresión.
- 2- El signo hipertextual.
- 3- Elementos de la comunicación hipertextual.
- 4- El hipertexto y los géneros informativos.

Créditos: 4

Autor:

M^a José Cantalapiedra. Profesora titular de Modelos de Medios de Comunicación de la Universidad del País Vasco.

M7: Internet frente a otros medios.**Objetivos:**

- Acercar al alumno al proceso de convergencia a redacciones multimedia que actualmente atraviesan los medios de papel.
- Comprender los cambios que supone la llegada de la digitalización y la Red al mundo de la radio.
- Analizar el concepto de digitalización aplicado a la televisión.

Contenidos:

- 1- Internet y la prensa escrita.
- 2- Internet y la radio.
- 3- Internet y la televisión.

Créditos: 2**Autor:**

Javier Castañeda. Periodista digital y experto en Sociedad de la Información. Director de Internet de Casa Asia. Blogger de La Vanguardia.es y El País.com

M10: La unidad de la información multimedia.**Objetivos:**

- Elaborar información multimedia conociendo los aspectos que de. Terminan la naturaleza de dicha información, su adecuación al medio, la idoneidad de la selección y composición de sus elementos y el modelo de información.

Contenidos:

- 1- Aproximación al concepto multimedia.
- 2- Identificación de los elementos de la información multimedia.
- 3- Composición de la información multimedia.

Créditos: 4**Autor:**

Ramón Salaverría. Profesor Titular de Periodismo y director del Laboratorio de Comunicación Multimedia (MMLab) en la Universidad de Navarra.

M13: Redacción para los medios digitales.**Objetivos:**

- Comprender la diferencia entre la redacción periodística digital y las prácticas profesionales tradicionales de forma práctica, a través del análisis y de la redacción.
- Comprender las limitaciones de la lectura en la pantalla.

- Valorar la importancia de la audiencia.
- Conocer los trucos básicos de redacción para que la información sea interesante y, al mismo tiempo, apetecible a los ojos de los futuros lectores.
- Redactar noticias multimedia de forma rápida y fiable.

Contenidos:

- 1- El redactor digital.
- 2- El papel del lector.
- 3- La actualización.
- 4- Crear un suplemento especial.
- 5- La entrevista por correo electrónico.
- 6- La reinterpretación de los géneros periodísticos.

Créditos: 4**Autor:**

Elsa Granda. Jefe de Sección de Participación y Suplementos de El País Digital.

Sofía Jaureguiberría.

Periodista y redactora de Canal Sur Televisión; trabaja en el área de interactivos de RTVA

M14: Organización de un medio digital.**Objetivos:**

- Conocer la evolución que han experimentado las redacciones digitales.
- Valorar la posible aplicación de las tendencias más novedosas en el campo de la organización de redacciones.
- Organizar la redacción de un medio digital en función de la gestión del departamento editorial, del sistema técnico, del ciclo de producción y como de otros aspectos relacionados con la estructuración de un medio digital.
- Diferenciar que la sinergia editorial y la cooperación no son sinónimos de convergencia; si bien en muchos casos, la sinergia es el primer paso que facilitará el camino hasta alcanzar la convergencia de redacciones.
- Conocer las funciones de un nuevo perfil de profesional de la comunicación: el periodista o comunicador versátil formado en las diferentes áreas que implican la creación de contenidos multimedia.

Contenidos:

- 1- El contexto: la convergencia de redacciones.
- 2- La convergencia de redacciones.
- 3- Los integrantes de la redacción digital.
- 4- Evolución histórica: redacción de periódicos online.

Créditos: 4**Autor:**

Maidier Perea. Licenciada en Comunicación. Actualmente trabaja en Digital Vasca, SL.

M15: Tipología de los medios digitales.**Objetivos:**

- Replantear las estrategias de los diferentes medios de comunicación en Internet.

- Reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación en Internet y sobre cómo se están enfrentando a la Red.
- Aportar nuevas ideas para mejorar la usabilidad de un medio digital.
- Analizar un sitio web según las pautas marcadas a medida que se avance en el recorrido del módulo.
- Analizar la pertinencia y objetivos de los distintos elementos (menú, enlaces, titulares, entradillas...) de un medio digital.
- Realizar en equipo una propuesta de manual de usabilidad.

Contenidos:

- 1- Análisis de un medio digital
- 2- El nacimiento de los medios impresos en Internet. El caso del 'WashingtonPost.com'.
- 3- Weblogs ¿otra forma de periodismo?

Créditos: 5

Autor:

Xosé Ramil. Coordinador de Comunicación en Ingeniería sin Fronteras.

M16: Normativa y legislación básica para Internet.

Objetivos:

- Conocer los conceptos básicos de la ética periodística, la propiedad intelectual y los derechos de autor en Internet.
- Comprender las dificultades legales a las que se enfrentan los profesionales del periodismo digital.
- Conocer los ámbitos del derecho relacionados con los delitos operados en la Red.
- Reflexionar sobre la legislación y el debate social que suscitan los sistemas de garantías ligados al desarrollo del comercio electrónico.

Contenidos:

- 1- Propiedad intelectual y derechos de autor.
- 2- Delitos en la red.
- 3- Comercio electrónico.

Créditos: 1

Autor:

Antonio Manfredi. Director Territorial de Radio Televisión de Andalucía en Huelva y presidente de la Asociación de Periodistas Digitales de Andalucía.

Tecnología.

Tecnología multimedia para el periodismo digital.

M3: Diseño gráfico para crear proyectos en Internet.

Objetivos:

- Conocer los distintos formatos de compresión más habituales.
- Saber establecer criterios de diferencia entre ellos en el momento de su elección.

- Descubrir cómo emplear tamaños de imagen en función de su localización en la página –celdas, etc.- y peso final de la misma.
- Saber elegir las imágenes más adecuadas desde una base previa –banco de imágenes- con respecto al conjunto de nuestro documento.

Contenidos:

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

Créditos: 5**Autor:**

Antonio Fernández Coca. Profesor Titular en la Universitat de les Illes Balears, especializado en Comunicación Visual Multimedia. Autor de "Producción y diseño gráfico para la Web" (Paidós) y de proyectos multimedia de los que se puede obtener más información desde <http://fernandezcoca.com>

M8: Tecnología multimedia.**Objetivos:**

- Conocer las posibilidades de las nuevas tecnologías aplicadas al periodismo.
- Estudiar las particularidades de los proyectos multimedia, sus diferencias respecto a los proyectos convencionales y sus aplicaciones en el mundo del periodismo.
- Dotar al alumno de herramientas conceptuales y tecnológicas que le permitan planificar y desarrollar proyectos multimedia.

Contenidos:

- 1- ¿Qué es multimedia.
- 2- Proyecto multimedia.

Créditos: 1**Autor:**

Javier Delicado. Especialista en Tecnologías de la Información y Multimedia, autor de libros y artículos sobre el tema en revistas especializadas. Ha trabajado para diferentes editoriales, agencias, productoras y grupos de comunicación. En la actualidad trabaja como Director de Sección en Tecnologías de la Información e-Learning para el Grupo GMV

Flash y Dreamweaver

Cursos desarrollados por Santillana Formación. Opcionales.

Redacción.**El periodista en entornos multimedia en línea.****M11: Sistemas y Formas online de comunicación empresarial.****Objetivos:**

- Conocer los distintos formatos de compresión más habituales.

- Saber establecer criterios de diferencia entre ellos en el momento de su elección.
- Descubrir cómo emplear tamaños de imagen en función de su localización en la página –celdas, etc.- y peso final de la misma.
- Saber elegir las imágenes más adecuadas desde una base previa –banco de imágenes- con respecto al conjunto de nuestro documento.

Contenidos:

1. Estrategias de comunicación empresarial
- 2.- Comunicación Interna: procedimientos y formas
- 3.- Comunicación Externa: objetivos y medios
- 4.- Comunicación entre empresas (B to B)
- 5.- Marketing directo online

Créditos: 6

Autores:

Daniel Tena.

Coordinador de Tercer Ciclo de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Vice-Decano de la Facultad de Comunicación de la UAB.

José Manuel Martínez Bouza

Profesor Asociado de la Facultad de Comunicación de la UAB

Itinerario de aprendizaje

El Máster comienza con el módulo Toma de contacto en el que se adquirirán los conocimientos básicos sobre el manejo de la herramienta de publicación y de la plataforma de aprendizaje, y en el que se realizarán unas actividades de activación de contenidos previos y de puesta en marcha de la dinámica de trabajo en grupo.

El curso comprende un calendario específico de realización de tareas que es muy importante seguir por la organización del trabajo en equipo. El trabajo de cada uno es importante para el trabajo de los demás, por lo que seguir la estructura marcada de las tareas es imprescindible para alcanzar la sinergia del grupo. Sin embargo, dentro del marco de las fechas de entrega marcadas, cada uno puede seguir su propio ritmo, acceder a los contenidos y desarrollar su trabajo con la secuenciación que mejor se adapte a su carácter y organización.

Este calendario marca la realización simultánea de un módulo de cada bloque, es decir, durante todo el curso se realizarán tres módulos a la vez, cuya 'producción' de actividades y ejercicios alimentará el desarrollo de la redacción digital.

Herramienta de creación de medios digitales

Durante las primeras semanas del curso, los alumnos se familiarizarán con la herramienta de creación de medios digitales, que se utilizará a lo largo de todo el Máster como instrumento de evaluación de los trabajos de los alumnos.

La herramienta pretende dotar a los alumnos de un medio *online* de publicación absolutamente autónomo. Éste permitirá, desde el primer día, trabajar como una redacción virtual de una publicación *online*: los alumnos decidirán la temática de su publicación, su nombre, algunas características de su aspecto, editarán portadas y publicarán artículos.

El medio *online* constará de una portada principal, varias portadas de sección y múltiples páginas de artículo. A los artículos se accederá mediante enlaces situados en las diferentes portadas, incluida la portada principal. El artículo será la base informativa del medio: las portadas serán, únicamente, escaparates de los artículos.

El número de secciones y sus respectivos nombres serán creados por los alumnos, podrán crear y eliminar secciones, así como modificar los nombres de secciones ya existentes. El número de artículos no tendrá límite. Cuando los alumnos creen un artículo deberán asociarlo a una sección de. Terminada, no teniendo tampoco límite el número de artículos asociado a una sección. A través del mantenimiento se podrán crear, modificar, duplicar y eliminar artículos. Asimismo, se podrá cambiar la sección asociada a cada artículo, dejando así de pertenecer a la sección precedente.

La organización del trabajo de la herramienta digital se gestionará a través de un foro creado especialmente para ello, y las tareas se encargarán en las estrategias de los diferentes módulos.

Autoría de módulos

Redes

| Módulo | Autor |
|---|---|
| La Sociedad de la Información | <p>Javier Castañeda. Periodista digital y experto en Sociedad de la Información. Director de Internet de Casa Asia. Blogger de La Vanguardia.es y El País.com.</p> |
| Cómo funciona Internet | <p>Xavier Ribes. Profesor de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.</p> |
| Internet como fuente de información | <p>Xabier Meilán. Periodista especializado en Periodismo Digital, Internet y Nuevas Tecnologías. Colaborador del Grupo Prisa.</p> <p>Sofía Jaureguiberria. Periodista y redactora de Canal Sur Televisión; trabaja en el área de interactivos de RTVA</p> |
| La comercialización de los medios digitales | <p>Francisco Olivares. Periodista experto en Periodismo Digital, Internet y Nuevas Tecnologías. Responsable de Arquitectura de la Información de RTVA. Doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Licenciado en Filología Hispánica por la Universidad de Sevilla.</p> |
| Nuevas tendencias en Internet | <p>Antonio Manfredi. Director Territorial de Radio Televisión de Andalucía en Huelva y presidente de la Asociación de Periodistas Digitales de Andalucía</p> |

Redacción

| Módulo | Autor |
|--|---|
| Introducción a la comunicación digital | <u>Javier Castañeda.</u> Periodista digital y experto en Sociedad de la Información. Director de Internet de Casa Asia. Blogger de La Vanguardia.es y El País.com. |
| El Hipertexto | <u>M^a José Cantalapiedra.</u> Profesora titular de Modelos de Medios de Comunicación de la Universidad del País Vasco. |
| Internet frente a otros medios | <u>Javier Castañeda.</u> Periodista digital y experto en Sociedad de la Información. Director de Internet de Casa Asia. Blogger de La Vanguardia.es y El País.com. |
| La unidad de la información multimedia | <u>Ramón Salaverría.</u> Profesor Titular de Periodismo y director del Laboratorio de Comunicación Multimedia (MMLab) en la Universidad de Navarra. |
| Redacción para los medios digitales | <u>Elsa Granda.</u> Jefe de Sección de Participación y Suplementos de El País Digital. <u>Sofía Jaureguiberría.</u> Periodista y redactora de Canal Sur Televisión; trabaja en el área de interactivos de RTVA |
| Organización de un medio digital | <u>Maidier Perea.</u> Licenciada en Comunicación. Actualmente trabaja en Digital Vasca, SL |
| Tipología de los medios digitales | <u>Xosé Ramil.</u> Coordinador de Comunicación en Ingeniería sin Fronteras. |
| Normativa y legislación básica para Internet | <u>Antonio Manfredi.</u> Director Territorial de Radio Televisión de Andalucía en Huelva y presidente de la Asociación de Periodistas Digitales de Andalucía. |
| Sistemas y formas online de comunicación Empresarial | <u>Daniel Tena.</u> Coordinador de Tercer Ciclo de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Vice-Decano de la Facultad de Comunicación de la UAB. <u>José Manuel Martínez Bouza</u> Profesor Asociado de la Facultad de Comunicación de la UAB |

Tecnología

| Módulo | Autor |
|--|---|
| Diseño gráfico para crear proyectos en Internet | <p><u>Antonio Fernández Coca.</u> Profesor Titular en la Universitat de les Illes Balears, especializado en Comunicación Visual Multimedia. Autor de "Producción y diseño gráfico para la Web" (Paidós) y de proyectos multimedia de los que se puede obtener más información desde http://fernandezcoca.com</p> |
| Tecnología multimedia | <p><u>Javier Delicado.</u> Especialista en Tecnologías de la Información y Multimedia, autor de libros y artículos sobre el tema en revistas especializadas. Ha trabajado para diferentes editoriales, agencias, productoras y grupos de comunicación. En la actualidad trabaja como Director de Sección en Tecnologías de la Información e-Learning para el Grupo GMV.</p> |
| Flash y Dreamweaver | Santillana Formación. |

Plan de trabajo

La impartición de los módulos se realizará conforme al siguiente calendario¹:

- **Toma de contacto.** Comienza el día 21 de de octubre y se cierra el día 4 de noviembre de 2008.
- **M1: (Redes) La Sociedad de la Información**
Comienza 5 de noviembre. Termina 15 diciembre
- **M2: (Redacción) Introducción a la comunicación digital**
Comienza 5 noviembre. Termina 15 diciembre

| |
|--|
| PERIODO NO LECTIVO DEL 23 DE DICIEMBRE DE 2008 AL 8 DE ENERO DE 2009 |
|--|

- **M3: Diseño gráfico para crear proyectos en Internet**
Comienza 5 noviembre. Termina 19 de enero
- **M4: (Redes) Cómo funciona Internet**
Comienza 15 diciembre. Termina 19 enero
- **M5: (Redacción) El Hipertexto**
Comienza 15 diciembre. Termina 16 febrero
- **M6: (Redes) Internet como fuente de información**
Comienza 19 enero. Termina 9 marzo
- **M7: (Redacción) Internet frente a otros medios**
Comienza 16 febrero. Termina 30 marzo
- **M8: Tecnología multimedia**
Comienza 19 enero. Termina 16 febrero
- **M9: (Redes) Nuevas tendencias en Internet**
Comienza 9 marzo. Termina 20 abril

| |
|---|
| PERIODO NO LECTIVO DEL 6 AL 12 DE ABRIL DE 2009 |
|---|

- **M10: (Redacción) La unidad de la información multimedia**
Comienza 30 marzo. Termina 25 mayo
- **M11: (Redacción) Sistemas y Formas online de comunicación empresarial**
Comienza 16 febrero. Termina 25 abril
- **M12: (Redes) La comercialización de los medios digitales**
Comienza 20 abril. Termina 29 junio

¹ Este calendario puede sufrir modificaciones por necesidades de ajuste académico.

- **M13: (Redacción) Redacción para los medios digitales**
Comienza 27 abril. Termina 15 junio
- **M14: (Redacción) Organización de un medio digital**
Comienza 15 junio. Termina 31 julio
- **M15: (Redacción) Tipología de los medios digitales**
Comienza 25 mayo. Termina 31 julio
- **M16: (Redacción) Normativa y legislación básica para Internet**
Comienza 13 julio. Termina 31 julio.

Módulos

(Se indican las fechas de inicio y finalización de cada módulo)

| | | REDES | | GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN | | TECNOLOGÍA | |
|---|-----------|-------|------------|---------------------------|-----------|------------|------------|
| 2008 | Noviembre | 5 | M1 | | M2 | M3 | 5 |
| | | 10 | | | | | 10 |
| | | 17 | | | | | 17 |
| | | 24 | | | | | 24 |
| Diciembre | | 1 | | | | | 1 |
| | | 8 | 1 crédito | | 1 crédito | | 8 |
| | | 15 | | M4 | | M5 | 15 |
| | | 22 | | | | | 22 |
| Periodo no lectivo entre el 23 de diciembre y el 8 de enero | | | | | | | |
| 2009 | Enero | 5 | | | | | 5 |
| | | 12 | | | | 5 créditos | 12 |
| | | 19 | M6 | | | | M8 |
| | | 26 | | | | | |
| Febrero | | 2 | | | | | 2 |
| | | 9 | | | | | 9 |
| | | 16 | | | M11 | M7 | 4 créditos |
| | | 23 | 2 créditos | | | | 1 crédito |
| Marzo | | 2 | | | | | 2 |
| | | 9 | | | | | 9 |
| | | 16 | | | | | 16 |
| | | 23 | | | | | 23 |
| Abril | | 30 | | | | | 30 |
| | | 6 | | | | | 6 |
| | | 13 | | | | | 13 |
| | | 20 | M12 | | | | |
| Mayo | | 27 | | M13 | | | 27 |
| | | 4 | | | | | 4 |
| | | 11 | | | | | 11 |
| | | 18 | | | | | 18 |
| Junio | | 25 | | | | | 25 |
| | | 1 | | | | | 1 |
| | | 8 | | | | | 8 |
| | | 15 | | | | | 15 |
| Julio | | 22 | | | | | 22 |
| | | 29 | | | | | 29 |
| | | 6 | | | | | 6 |
| | | 13 | | | | | 13 |
| | 20 | | | | | 20 | |
| | 31 | | | | | 27 | |

- M1: (rdes) La Sociedad de la Información
- M2: (redacc) Introducción a la comunicación digital
- M3: Diseño gráfico para crear proyectos en Internet
- M4: (rdes) Cómo funciona Internet
- M5: (redacc) El Hipertexto
- M6: (rdes) Internet como fuente de información
- M7: (redacc) Internet frente a otros medios
- M8: Tecnología multimedia
- M9: (rdes) Nuevas tendencias en Internet
- M10: (redacc) La unidad de la información multimedia
- M11: (redacc) Sistemas y Formas online de comunicación empresarial
- M12: (rdes) La comercialización de los medios digitales
- M13: (redacc) Redacción para los medios digitales
- M14: (redacc) Organización de un medio digital
- M15: (redacc) Tipología de los medios digitales
- M16: (redacc) Normativa y legislación básica para Internet

Actividades y criterios de evaluación

El Máster en Periodismo y Comunicación Digital está basado en la idea de aprender trabajando. El proceso de aprendizaje es al mismo tiempo, por ello, un proceso de realización y elaboración progresivo de un proyecto, en este caso, la herramienta de edición digital.

La evaluación no se basará, por tanto, en una prueba final única, como sucede tradicionalmente, se realizará atendiendo a los trabajos realizados a lo largo de todo el curso. La apreciación y valoración estará basada en la suma de las evaluaciones de cada una de las tareas de los módulos propuestos.

Para aprobar el máster el alumno debe cursar **todos** los módulos y aprobar un mínimo del 80% de los créditos.

Estudiar en el IUP

Estudiar en el IUP supone una manera diferente de entender el proceso de enseñanza-aprendizaje. Algunos de los parámetros a los que estamos acostumbrados como alumnos presenciales no sirven cuando estudiamos on line.

La enseñanza tradicional-presencial se basa en el profesor; él es quien controla el proceso.

Las nuevas tecnologías aplicadas al campo de la educación a distancia han hecho que cambie el enfoque en el proceso. Ya no se habla de enseñanza sino de aprendizaje. Usted, como alumno del IUP, se va a convertir en protagonista de su propia formación, en responsable de su propio aprendizaje.

Ventajas del aprendizaje on line frente a la enseñanza presencial

- Ser el agente principal de su propia formación. Consiguiendo así un aprendizaje más activo y significativo.
- Tener una gran flexibilidad horaria. Podrá 'ir a clase' a la hora que más le convenga.
- Estudiar a su propio ritmo.
- Disponer de una atención y seguimiento individualizado por parte de los profesores y tutores.
- Eliminar las barreras espacio-tiempo-personas que le permitirán crear una comunidad virtual para así aprender con los otros y trabajar de forma colaborativa.
- Acceder al IUP desde cualquier ordenador con conexión a Internet.

El alumno del IUP

Ser alumno del IUP requiere, por lo tanto, un cambio en su comportamiento como alumno. A partir de ahora usted es el responsable de su aprendizaje y es necesario que asuma nuevas **funciones**:

- Planificar los tiempos de estudio según sus necesidades.
- Realizar un horario de trabajo.
- Evitar las distracciones.
- Cuestionar la información que recibes.
- Consultar a su profesor.
- Participar en los grupos de trabajo, en los foros, en la comunidad virtual.
- Realizar los ejercicios de autoevaluación para comprobar su progreso en la materia.
- Buscar información externa al curso para completar su formación.

Y también desarrollar de. Terminadas **capacidades**:

- Trabajar en equipo de forma colaborativa.
- Aplicar la creatividad a la resolución de problemas.
- Aprender nuevos conocimientos y asimilar nuevas ideas rápidamente.
- Tomar nuevas iniciativas y ser independiente.
- Identificar problemas y desarrollar soluciones.
- Reunir y organizar hechos.
- Realizar comparaciones sistemáticas.
- Identificar y desarrollar soluciones alternativas.
- Resolver problemas de forma independiente.