



Del periodista al Community Manager: el Nuevo Contenido Digital





Presentación

El periodista del Siglo XXI se ha convertido en un mediador social. La consolidación de las redes sociales como escenarios del debate público y los diferentes medios y soportes digitales de información obligan al profesional a adquirir nuevos conocimientos para aprovechar las expectativas laborales que se abren en la industria de la comunicación.

Como consecuencia de ello, este curso permitirá al alumno conocer las técnicas del nuevo periodista como mediador del debate social, así como las claves de la gestión del mensaje desde una perspectiva multisoporte, resaltando siempre el control social de la información.

El neoperiodista debe conocer las claves del nuevo contenido informativo en todos los soportes y las técnicas de mediación en el debate social. La comunicación del Siglo XXI es diseño más innovación.

Objetivo del curso

Capacitar al alumno a enfocar, contextualizar y analizar el nuevo mensaje digital controlando el impacto de la información en todos los soportes. Se le trasladará el conocimiento práctico de los nuevos códigos del lenguaje escrito y audiovisual, así como su adaptación a los soportes digitales según los públicos. Se utilizará la metodología del caso para la gestión del mensaje en plataformas multidireccionales.

- Dominar la narrativa digital, así como los códigos escritos y audiovisuales que conforman el nuevo escenario informativo
- Controlar las bases de datos, los nuevos medios y la cultura visual



- Identificar y manejar las nuevas jerarquías y criterios de selección del contenido en función de los soportes nacidos de la revolución digital
- Aprender los mecanismos de adaptación de la palabra y la imagen en función de los públicos receptores del mensaje
- Entender el concepto y la estrategia de la información multidireccional como consecuencia de la mudanza digital
- Aprender a fijar una ruta estética y de diseños y aplicar esa ruta a los diferentes medios
- Conocer las nuevas audiencias y desarrollar estrategias para emocionar al nuevo consumidor

Cada estudiante aprenderá a:

- Identificar y manejar las nuevas jerarquías y criterios de selección del contenido en función de los soportes nacidos de la revolución digital
- Aprender los mecanismos de adaptación de la palabra y la imagen en función de los públicos receptores del mensaje
- Entender el concepto y la estrategia de la información multidireccional como consecuencia de la mudanza digital
- Aprender a fijar una ruta estética y de diseños y aplicar la ruta a los diferentes medios
- Conocer las nuevas audiencias y desarrollar estrategias para emocionar al nuevo consumidor



Programa

Módulo 0. Introducción

Módulo 01. EL NUEVO LENGUAJE y CONTENIDO PERIODÍSTICO: LA NOTICIA MULTIDIRECCIONAL Y SU DISTRIBUCIÓN UNIVERSAL: CONCEPTOS PRELIMINARES

- 1.1 La transformación del mensaje periodístico. Los nuevos formatos y su construcción
- 1.2 La comunicación móvil multidireccional. El periodista de varios medios
- 1.3 Introducción al mensaje visual
- 1.4 La creatividad periodística
- 1.4 El posicionamiento de la información. Las claves del SEO y SEM

Módulo 2. EL INTERÉS GLOBAL POR LAS REDES SOCIALES: EL NEOPERIODISTA COMO PRESCRIPTOR DEL CONTENIDO SOCIAL

- 2.1 El periodista y las redes sociales
- 2.2 El control social de la información
- 3.3 Las nuevas fuentes periodísticas tras la mudanza digital

Módulo 3. DEL PERIODISTA AL COMMUNITY MANAGER: VARIOS MEDIOS/VARIOS SOPORTES. EL ARTE DE CONVENCER A TODOS

- 3.1 El mensaje que convence a tod@s
- 3.2 El periodista como moderador del debate social
- 3.3 El periodista como experto en la gestión de bases de datos

Módulo 4. LA COMUNICACIÓN MULTIMEDIA. EL DISEÑO EN LA COMUNICACIÓN

- 4.1 Prensa y empresa
- 4.2 La narrativa Crossmedia
- 4.3 El diseño es comunicación



Módulo 5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: ¿COMUNICACIÓN O REPUTACIÓN?

5.1 RSC: un activo a comunicar

Metodología

Este programa formativo es totalmente online. Se desarrollará a través de la plataforma Global Learning Campus, soporte para descargar el material docente y de trabajo, participar en foros de debate, plantear consultas al profesor, interactuar con otros alumnos, soporte para hospedar y/o descargar otros materiales relacionados con las materias abordadas a lo largo del curso. Realizar ejercicios individuales y en grupo. Test y evaluaciones.

A lo largo del curso el estudiante participará en debates y actividades en foros en campus virtual. La creación de foros y debates potenciará el aprendizaje, aprenderá en un entorno colaborativo de libre distribución de información y conocimiento, Podrá seguirse el curso a través de dispositivos móviles para acceder a contenidos formativos.

El equipo docente en este curso, asumen dejar de ser depositarios y transmisores de contenidos para convertirse en guías del alumno en la búsqueda y asimilación de estos contenidos.

Titulación requerida y requisitos previos

No se requiere titulación previa. Es necesario poseer habilidades básicas en el manejo de Internet.



Herramientas de comunicación

Durante todo el curso te comunicarás con el coordinador, el equipo de docentes y expertos, así como con el resto de compañeros, a través de las siguientes herramientas:
Correo electrónico interno de la plataforma: para realizar consultas de forma personalizada a los miembros del equipo docente.

Foros: los mensajes que se escriben en los foros son públicos, por ello sirven para plantear temas de interés general.

Sistema de Evaluación

La evaluación constará de una parte continua, que supondrá el 60% de la nota del curso, y una evaluación final con la entrega de una práctica, que representará el 40% de la misma.

Evaluación continúa

A lo largo del curso el estudiante participará en actividades que se planteen en foros de forma individual y en grupos de trabajo. La participación activa o deficiente puede influir en la nota final.

Evaluación final

Cada estudiante realizará un ejercicio final respondiendo a un cuestionario basado en casos propuestos y soluciones posibles. Habiendo estudiado el material entregado en el curso de lectura obligatoria se obtiene la respuesta correcta.



A quién va dirigido

- Periodistas, estudiantes de periodismo, Community Manager que quieran completar sus conocimientos con los procesos derivados del nuevo escenario digital
- Profesionales vinculados a la comunicación, directores de comunicación, jefes de prensa, directores de relaciones públicas
- Otros profesionales autónomos / emprendedores que gestionen contenido informativo en plataformas digitales. Miembros de asociaciones empresariales o agentes sociales.
- Personas que tienen interés personal en orientar o reorientar su carrera profesional hacia la comunicación digital
- Todo tipo de profesionales que trabajen con Internet
- Licenciados universitarios que busquen insertarse en el mercado profesional



Equipo docente



Fernando Arnaiz Ramos. Director / Profesor

Periodista y articulista en medios de prensa, radio y agencias de información (Europa Press, El País, Cadena SER, El Correo de Andalucía) en los que ha trabajado durante muchos años. Dirige en la actualidad gabinetes de comunicación y relaciones institucionales en empresas de distintos sectores. Es experto en gestión y edición de contenido, en estrategias de comunicación e imagen corporativa y gestión de identidad digital en medios sociales, así como en relaciones con los medios de comunicación.



Juan Carlos Blanco de la Cruz. Profesor

Periodista y profesor universitario. Exdirector de El Correo de Andalucía y exsubdirector de Diario de Sevilla. Colaborador en distintos medios de prensa, radio y tv (Canal Sur TV, 8TV, Onda Cero, eldiario.es). Además, imparto asignaturas específicas sobre la transformación de los medios ('De Gutenberg a Zuckkerberg') y de gestión y organización de empresas periodísticas. Autor del blog 'Asuntos Propios'.



Benjamín Escalonilla Godayol. Profesor

Director de proyectos multimedia y web, desde 1996 en ERRES. Imparte cursos de Hipermedia, Crossmedia y de Cortos Interactivos. Ha presentado ponencias sobre literatura digital en la Semana de la Ciencia y en la Semana de las Letras, organizada por la Universidad Complutense, en el Instituto Cervantes de Madrid, en FICOD, dentro de la Feria del Libro Digital, en el instituto de formación de RTVE, la escuela de diseño Tracor, ESIC empresa, Telefónica, centros Teide, el colegio de economistas de Toledo, y la casa encendida, entre otros.



Elena Barrios. Profesora

Es periodista con formación de historiadora, con una larga trayectoria en medios de comunicación y en gabinetes de prensa. Desde el año 2009 trabaja en el campo de la comunicación online asesorando a empresas e instituciones a la vez que investiga y publica sobre el comportamiento de los políticos en las redes sociales. En este campo, su labor ha sido reconocida durante dos años consecutivos por los premios internacionales de marketing político Victory Awards Como formadora participa en numerosos proyectos, entre los que destacan su colaboración para impartir talleres en la Fundación Ortega y Gasset y el Instituto Nacional de Administración Pública.



Diego Suárez. Profesor

Es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra. Comenzó su andadura profesional como redactor de informativos de Radio Sevilla de la Cadena SER. Fue director del Correo de Andalucía y hoy es el responsable de contenidos de la Cadena SER en Andalucía.



Miguel Carrión. Tutor del curso

Fundador del Instituto de Activación Empresarial. Director del Curso Superior de Gestión de la Innovación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la Administración Pública y del postgrado Global Margin Management. Experto en innovación y en dinamizar células innovadoras. Desarrollador de didáctica virtual. Fundador y presidente de USACD.



Matrícula e inscripción

Matrícula abierta

Curso: 12 de mayo al 22 Junio de 2014

Siguientes ediciones:

15 de septiembre al 26 de octubre de 2014

3 Noviembre al 14 diciembre de 2014

Precio: 225 € para desempleados; 275 € para trabajadores (bonificable)

Número de plazas requeridas para inicio del curso: 30 alumnos

Podrás formalizar tu matrícula en la página oficial de la Fundación UNED www.fundacion.uned.es

El importe de la matrícula puede ser bonificado a través de la Fundación Tripartita para el empleo

Para más información: amartinez@fundacion.uned.es - 91 444 11 05



Información académica

Miquel Carrión- Alberto López. Tutores

join@globallearningcampus.com

URL <http://communitymanager.globallearningcampus.com>

Información matrícula

[Fundación UNED](#)

Tlfn. 91 386 72 76

jdolera@fundacion.uned.es

Información bonificación matrícula

.Adriana Martínez: amartinez@fundacion.uned.es - 91 444 11 05

