



# GUÍA DIDÁCTICA

Máster en Periodismo y Comunicación Digital

10ª Edición 2010-2011



## Índice

---

● Introducción al Máster .....	3
● Objetivos del Máster .....	4
● Contenido de los módulos .....	5
● Itinerario de aprendizaje .....	8
● Herramienta de creación de medios digitales.....	9
● Plan de trabajo.....	10
● Actividades y criterios de evaluación.....	13
● Estudiar en el IUP.....	14

## 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 centra en cuatro grandes áreas los conocimientos que debe poseer todo periodista que trabaje en un medio digital: Redes, Redacción, Tecnología y Práctica.

Este Máster tiene 60 ECTS (45 créditos correspondientes a 22 módulos formativos más 15 créditos del proyecto de máster o periódico digital), lo que equivale a un total de 1500 horas de trabajo del alumno.

### **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 el nacimiento 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.**

Centrada 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 multimedia para el periodismo digital.**

Internet es tecnología. Aprovecharla, disfrutarla y producir para Internet precisan del conocimiento y uso de tecnologías específicas. El comunicador digital debe conocer los conceptos básicos de diseño y composición, así como la inclusión de elementos multimedia (audio, foto y vídeo) en Internet.

### **Práctica: Elaboración de un periódico digital.**

El medio digital de prácticas permite a los alumnos poner en práctica lo que van aprendiendo durante el curso a la vez que fomenta el trabajo en grupo de una redacción digital distribuida. El periódico digital es un medio real accesible desde Internet pero creado por los alumnos, donde puede publicar noticias, fotos, vídeo, enlaces, galerías fotográficas, etc.

Es una actividad obligatoria que tiene un valor de 15 créditos.

#### **Módulo 1.- La comunicación digital**

- La comunicación digital.  
1 ECTS

#### **Módulo 2.- La Sociedad de la Información**

- La Sociedad de la Información.  
1 ECTS

#### **Módulo 3.- Fundamentos de diseño y tecnología para proyectos multimedia**

- Diseño y maquetación para Internet
- Introducción al HTML
- Multimedia en Internet: Fotografía.
- Multimedia en Internet: Audio.
- Multimedia en Internet: Vídeo.  
5 ECTS

#### **Módulo 4.- Web 2.0: Blogs, Foros y Redes Sociales**

- Introducción a la Web 2.0.
- Blogs.
- Foros.
- Redes Sociales.  
5 ECTS

#### **Módulo 5.- Escribir para Internet**

- Características de la comunicación digital periodística.
- Redacción y géneros.
- Periodismo en Internet.
- De la teoría la práctica: redacción digital.  
6 ECTS

#### **Módulo 6.- Internet como fuente de información**

- Internet como fuente de información.  
1 ECTS

#### **Módulo 7.- Internet en España**

- Internet en España.  
1 ECTS

#### **Módulo 8.- Sindicación de contenidos: Podcasting y RSS: Uso y utilidades**

- Sindicación de contenidos: Podcasting y RSS  
1 ECTS

#### **Módulo 9.- Periodismo Ciudadano y participación en los medios**

- Introducción al periodismo periodismo ciudadano.
- La participación en los medios digitales.  
3 ECTS

#### **Módulo 10.- La redacción digital**

- De la redacción clásica a la digital.
- Convergencia de redacciones.  
2 ECTS

#### **Módulo 11.- Delitos telemáticos y legislación para Internet**

- Delitos informáticos
- Legislación para Internet  
2 ECTS

**Módulo 12.- Usabilidad y Accesibilidad**

- Usabilidad y Accesibilidad.  
1 ECTS

**Módulo 13.- La información multimedia**

- La información multimedia.
- Creación de especiales informativos.  
2 ECTS

**Módulo 14.- Sistemas y formas on line de comunicación on line**

- Estrategias de Comunicación Empresarial.
- Comunicación interna.
- Comunicación externa.
- Comunicación entre empresas.
- Marketing directo on line.
- Posicionamiento web.  
6 ECTS

**Módulo 15.- Marketing y publicidad en Internet**

- Marketing y publicidad en Internet  
1 ECTS

**Módulo 16.- Posicionamiento y mejora de la visibilidad de las páginas web**

- Posicionamiento y mejora de la visibilidad de las páginas web.  
1 ECTS

**Módulo 17.- Google y cloud computing**

- Google y cloud computing.  
1 ECTS

**Módulo 18.- Asia. De la Sociedad de la Información a la Sociedad Móvil**

- De la Sociedad de la Información a la Sociedad Móvil.  
1 ECTS

**Módulo 19.- E-Gobierno y administración electrónica**

- E-Gobierno y administración electrónica.  
1 ECTS

**Módulo 20.- El libro digital**

- El libro digital.  
1 ECTS

**Módulo 21.- Software libre. Sistemas operativos, aplicaciones y open source**

- Software libre. Sistemas operativos, aplicaciones y open source.  
1 ECTS

**Módulo 22.- Internet en movilidad**

- Internet en movilidad.  
1 ECTS

## Autoría de módulos

Módulo	Autor
Módulo 1 La comunicación digital	<b>Gumersindo Lafuente.</b> Director de EIPais.com. Fundador de Soitu.es.
Módulo 2 La sociedad de la información	<b>Paco Olivares</b> Responsable de Arquitectura de la Información Medios Interactivos de Radio Televisión de Andalucía.
Módulo 3 Fundamentos de diseño y tecnología para proyectos multimedia	<b>Antonio Fernández-Coca.</b> Profesor de la Universitat de les Illes Balears. www.FernandezCoca.com.  <b>Paco Olivares.</b> Responsable de Arquitectura de la Información Medios Interactivos de Radio Televisión de Andalucía.  <b>Héctor Milla.</b> Consultor, emprendedor y tecnólogo experto en innovación audiovisual, vídeo on line y streaming media. Propietario de Balzac.tv.
Módulo 4 Introducción a la Web 2.0	<b>Octavio Islas.</b> Director del Proyecto Internet y de la Cátedra de Comunicaciones Digitales Estratégicas, Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México. Director de www.razonypalabra.org.  <b>Arturo Caro Islas.</b> Director de Mercadotecnia Digital de la Rectoría Zona Norte de la Ciudad de México del Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México.  <b>Javier Pedreira.</b> Co-autor de Microsiervos.com. Responsable de informática de los Museos Científicos Coruñeses.  <b>Sonia Blanco.</b> Periodista y profesora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.  <b>Paco Olivares.</b> Responsable de Arquitectura de la Información Medios Interactivos de Radio Televisión de Andalucía.  <b>José Antonio del Moral.</b> Inversor en proyectos de medios sociales y director general de Alianzo.

Módulo 5 Escribir para Internet	<p><b>Mª José Cantalapiedra.</b> Profesora titular y directora del Departamento de Periodismo II de la Universidad del País Vasco.</p> <p><b>Aingeru Genaut.</b> Profesor asociado del Departamento de Periodismo II de la Universidad del País Vasco.</p> <p><b>Pedro de Alzaga.</b> Subdirector de Cuartopoder.es y colaborador de ABC.es.</p> <p><b>José Cervera.</b> Periodista, blogger y profesor de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.</p>
Módulo 6 Internet como fuente de información	<p><b>Lluís Codina.</b> Profesor titular del Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra.</p>
Módulo 7 Internet en España	<p><b>Paco Olivares.</b> Responsable de Arquitectura de la Información Medios Interactivos de Radio Televisión de Andalucía.</p>
Módulo 8 Sindicación de contenidos	<p><b>Sonia Blanco.</b> Periodista y profesora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.</p>
Módulo 9 Periodismo ciudadano y participación en los medios	<p><b>Guillermo Franco.</b> Consultor de Estrategia de Contenidos Web.</p> <p><b>Karma Peiró.</b> Periodista digital. Sigue la pista de la innovación tecnológica desde 1995. Actualmente es Responsable de Participación del 3cat24, web de noticias de TV3 y Catalunya Radio. Para saber más: <a href="http://karmapeiro.wordpress.com">http://karmapeiro.wordpress.com</a>.</p>
Módulo 10 La redacción digital	<p><b>Toni Piqué.</b> Periodista. Experto en integración de redacciones.</p>
Módulo 14 Delitos telemáticos y legislación para Internet	<p><b>Juan Salom.</b> Jefe del Grupo de Delitos Telemáticos de la Unidad Central Operativa.</p> <p><b>Antonio Manfredi.</b> Responsable de Medios Interactivos de Radio Televisión de</p>

	Andalucía.
Módulo 12 Usabilidad y accesibilidad	<b>Darío Pescador.</b> Coordinador web de Público.es
Módulo 13 La información multimedia	<b>Ramón Salaverría.</b> Director del Departamento de Proyectos Periodísticos de la Universidad de Navarra.  <b>Sofía Jaureguiberría.</b> Editora de la web de los Servicios Informativos de la Radio Televisión de Andalucía.
Módulo 14 Sistemas y formas on line de comunicación empresarial	<b>Daniel Tena.</b> Profesor Titular de la Universidad Autónoma de Barcelona.  <b>José Manuel Martínez.</b> Profesor de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.
Módulo 15 Marketing y publicidad en Internet	<b>Andrés Torbado.</b> Economista (ICADE), PDD (IESE). Amplia experiencia en Gran Consumo, Medios de Comunicación, Edición e Internet. Socio director de Abay marketing solutions.
Módulo 16 Posicionamiento y mejora de la visibilidad de las páginas web	<b>Miguel López Gómez.</b> Responsable de Marketing on line en el grupo Consultores Valencia. Blog: <a href="http://www.tallerseo.com">www.tallerseo.com</a>
Módulo 17 Google y cloud computing	<b>Pablo Escandón.</b> Comunicador y escritor digital. Máster en Periodismo Digital. Editor de la revista latinoamericana de comunicación, Chasqui.
Módulo 18 Asia: de la Sociedad de la Información a la Sociedad Móvil	<b>Javier Castañeda.</b> Director de Internet de Casa Asia. Periodista experto en Sociedad de la Información.
Módulo 19 E-Gobierno y administración electrónica	<b>Edgar Vargas.</b> Consultor en comunicación política. Actualmente Subdirector de comunicación digital, en el grupo parlamentario del partido Acción Nacional, Cámara de Diputados, México.
Módulo 20 El libro digital	<b>Andrés Torbado.</b>

	Economista (ICADE), PDD (IESE). Amplia experiencia en Gran Consumo, Medios de Comunicación, Edición e Internet. Socio director de Abay marketing solutions.
Módulo 21 Software libre. Sistemas operativos, aplicaciones y open source	<b>Juan Julián Merelo.</b> Catedrático en el Departamento de Arquitectura y Tecnología de Computadores de la Universidad de Granada y director de la Oficina de Software Libre de la misma.
Módulo 22 Internet en movilidad	<b>Paco Olivares.</b> Responsable de Arquitectura de la Información Medios Interactivos de Radio Televisión de Andalucía.

## 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 (15 ECTS).

El periódico digital de prácticas ofrecerá a los alumnos un medio online absolutamente autónomo. Éste permitirá, desde el primer día, trabajar como una redacción virtual de una publicación en línea: 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 determinada, no teniendo tampoco límite el número de artículos asociado a una sección. A través del área de administración se podrán crear, modificar 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.

Durante toda esta experiencia los estudiantes contarán con el asesoramiento de un profesor que les resolverá las dudas que puedan tener sobre el manejo de la aplicación y les ayudará a crear mejores informaciones multimedia.

---

## Plan de trabajo

---

La impartición de los módulos se realizará conforme al siguiente calendario<sup>1</sup>:

- **Toma de contacto.**  
Comienza el día 20 de octubre y se cierra el día 3 de noviembre de 2010.
- **M1: La Comunicación Digital**  
Comienza el día 4 de noviembre y se cierra el día 22 de noviembre de 2010
- **M2: La Sociedad de la Información**  
Comienza el día 8 de noviembre y se cierra el día 29 de noviembre de 2010
- **M3: Fundamentos de diseño y tecnología para proyectos multimedia**  
Comienza el día 15 de noviembre y se cierra el día 31 de noviembre de 2011
- **M4: La Web 2.0: Blogs, foros y redes sociales**  
Comienza el día 29 de noviembre y se cierra el día 14 de febrero de 2011
- **M5: Escribir para Internet**  
Comienza el día 29 de noviembre y se cierra el día 28 de febrero de 2011
- **M6: Internet como fuente de información**  
Comienza el día 31 de enero y se cierra el día 14 de febrero de 2011
- **M7: Internet en España**  
Comienza el día 14 de febrero y se cierra el día 28 de febrero de 2011
- **M8: Sindicación de contenidos: Podcasting y RSS**  
Comienza el día 14 de febrero y se cierra el día 28 de febrero de 2011
- **M9: Periodismo ciudadano y participación en los medios**  
Comienza el día 28 de febrero y se cierra el día 11 de abril de 2011
- **M10: La redacción digital**  
Comienza el día 28 de febrero y se cierra el día 28 de marzo de 2011
- **M11: Delitos telemáticos y legislación para Internet**  
Comienza el día 7 de marzo y se cierra el día 4 de abril de 2011
- **M12: Usabilidad y accesibilidad**  
Comienza el día 28 de marzo y se cierra el día 11 de abril de 2011
- **M13: La información multimedia**  
Comienza el día 25 de abril y se cierra el día 23 de mayo de 2011
- **M14: Sistemas y Formas online de comunicación empresarial**  
Comienza el día 25 de abril y se cierra el día 11 de julio de 2011

---

<sup>1</sup> Este calendario puede sufrir modificaciones por necesidades de ajuste académico.

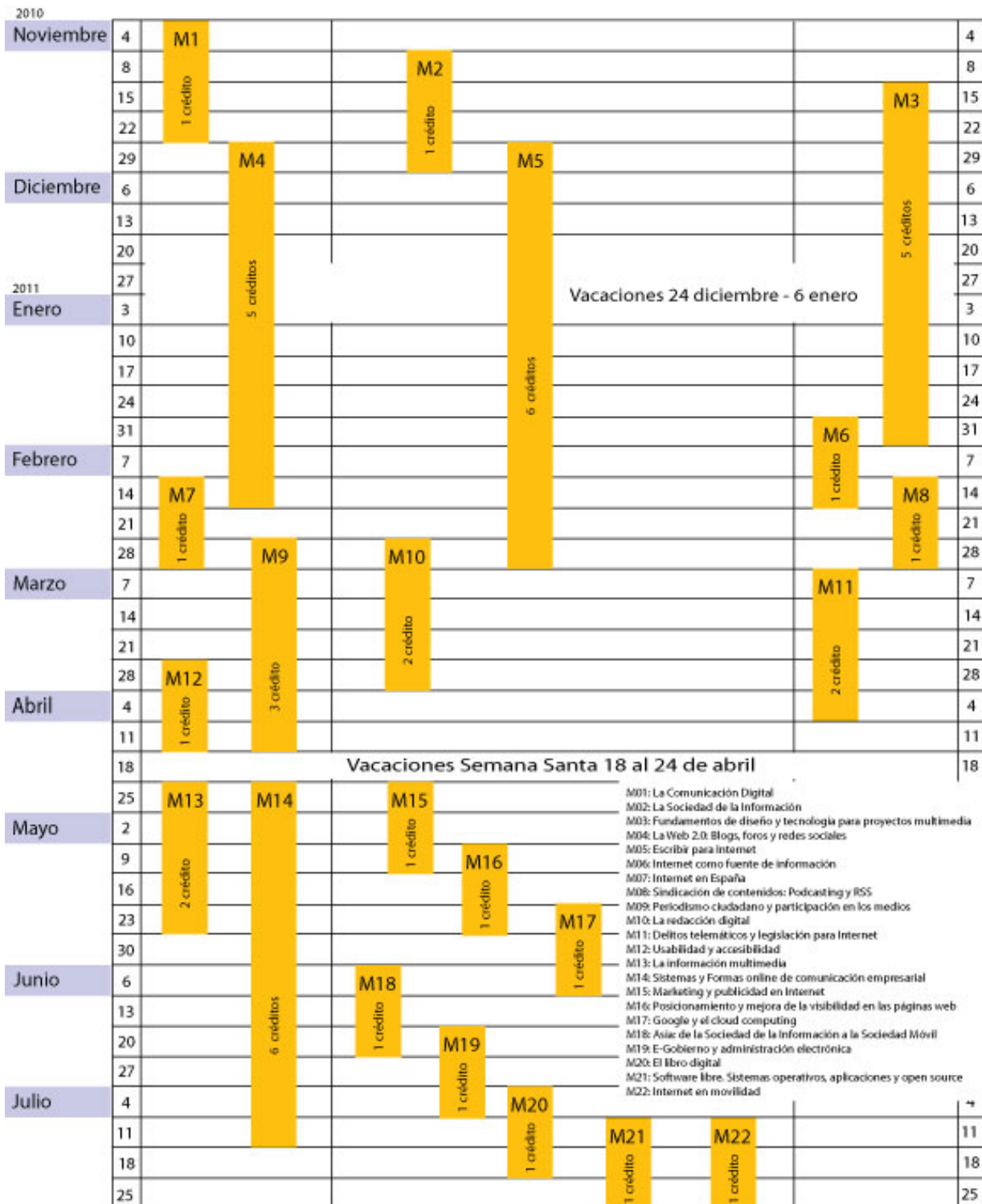
- **M15: Marketing y publicidad en Internet**  
Comienza el día 25 de abril y se cierra el día 9 de mayo de 2011
- **M16: Posicionamiento y mejora de la visibilidad en las páginas web**  
Comienza el día 9 de mayo y se cierra el día 23 de mayo de 2011
- **M17: Google y el cloud computing**  
Comienza el día 23 de mayo y se cierra el día 6 de junio de 2011
- **M18: Asia: de la Sociedad de la Información a la Sociedad Móvil**  
Comienza el día 6 de junio y se cierra el día 20 de junio de 2011
- **M19: E-Gobierno y administración electrónica**  
Comienza el día 20 de junio y se cierra el día 4 de julio de 2011
- **M20: El libro digital**  
Comienza el día 4 de julio y se cierra el día 18 de julio de 2011
- **M21: Software libre. Sistemas operativos, aplicaciones y open source**  
Comienza el día 11 de julio y se cierra el día 25 de julio de 2011
- **M22: Internet en movilidad**  
Comienza el día 11 de julio y se cierra el día 25 de julio de 2011
- **M23: Creación de un medio digital de prácticas**

**PERIODOS NO LECTIVOS**

- DEL 24 DE DICIEMBRE DE 2010 AL 6 DE ENERO DE 2011 (Periodo no lectivo de Navidad)
- DEL 18 AL 24 DE ABRIL DE 2011 (Periodo no lectivo de Semana Santa)

## Módulos

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



## 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.