

**Máster en Nuevas Tendencias y Periodismo Cultural y Social + Titulación
Universitaria**





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos **ESIBE**

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By **EDUCA
EDTECH
Group**

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir **ESIBE**

7 | Financiación
y **Becas**

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS ESIBE

ESIBE es una **institución Iberoamericana de formación en línea** que tiene como finalidad potenciar el futuro empresarial de los profesionales de Europa y América a través de masters profesionales, universitarios y titulaciones oficiales. La especialización que se alcanza con nuestra nueva **oferta formativa** se sustenta en una metodología en línea innovadora y unos contenidos de gran calidad.

Ofrecemos a nuestro alumnado una **formación de calidad sin barreras físicas**, flexible y adaptada a sus necesidades con el finde garantizar su satisfacción y que logre sus metas de aprendizaje más ambiciosas. Nuestro modelo pedagógico se ha llevado a miles de alumnos en toda Europa, enriqueciendo este recorrido de la mano de **universidades de prestigio**, con quienes se han alcanzado alianzas.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales



Conectamos continentes,
Impulsamos conocimiento



QS, sello de excelencia académica
ESIBE: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE ESIBE

ESIBE ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias a sus programas de Master profesionales y titulaciones oficiales.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean indicadores como la excelencia académica, la calidad de la institución, el perfil de los profesionales.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



BY EDUCA EDTECH

ESIBE es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR ESIBE

1. Formación Online Especializada

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador de **más de 20 años de experiencia educativa** con Calidad Europea.



2. Metodología de Educación Flexible



100% ONLINE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online**



PLATAFORMA EDUCATIVA

Nuestros alumnos tendrán **acceso los 365 días del año** a la plataforma educativa.



3. Campus Virtual de Última Tecnología

Contamos con una plataforma avanzada con **material adaptado a la realidad empresarial**, que fomenta la participación, interacción y comunicación on alumnos de distintos países.

4. Docentes de Primer Nivel

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con amplia experiencia profesional.





5. Tutoría Permanente

Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. Bolsa de Empleo y Prácticas

Nuestros alumnos tienen acceso a **ofertas de empleo y prácticas**, así como el **acompañamiento durante su proceso de incorporación al mercado laboral** en nuestro ámbito nacional.

7. Comunidad Alumni

Nuestros alumnos tienen acceso automático a servicios complementarios gracias a una **Networking formada con alumnos en los cinco continentes**.



8. Programa de Orientación Laboral

Los alumnos cuentan con **asesoramiento personalizado** para mejorar sus skills y afrontar con excelencia sus procesos de selección y promoción profesional.



9. Becas y Financiación

Nuestra Escuela ofrece **Becas para profesionales latinoamericanos y financiación sin intereses y a la medida**, de modo que el factor económico no sea un impedimento para que los profesionales tengan acceso a una formación internacional de alto nivel.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
**FAMILIA
NUMEROSA**

20% Beca
**DIVERSIDAD
FUNCIONAL**

20% Beca
**PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS**



MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin intereses de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Máster en Nuevas Tendencias y Periodismo Cultural y Social + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
8 ECTS

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Nuevas Tendencias y Periodismo Cultural y Social con 600 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Curso de Redacción Periodística con 8 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.



ESIBE ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO

ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de la Escuela Iberoamericana de Postgrado.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMN/A:

Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER

La Dirección Académica







San Gabriel, Granada, España Capital del Imperio Español y Sede de la UNESCO. (1987) Sede. (1987) Sede.

Descripción

Gracias al curso en Nuevas Tendencias y Periodismo Cultural y Social obtendrá una formación especializada en la materia. La información de la cultura ha conquistado en los últimos años un lugar destacado en los contenidos de los medios de comunicación, tanto por el prestigio que les otorga, al tratarse de información sobre los hechos que constituyen uno de los índices más fiables de valoración de desarrollo social, como por las exigencias de los lectores y sus audiencias. Si trabaja en el entorno del periodismo y tiene interés en especializarse en las funciones relacionadas con el periodismo social este es su momento, con el Curso de Especialista en Periodismo Social podrá adquirir las técnicas oportunas para desenvolverse de manera experta en este sector. La redacción periodística va a ser uno de los elementos más importantes dentro del mundo del periodismo. Será una forma de literatura que aplican los periodistas para transmitir los hechos reales que se desarrollan. El redactor ha de poseer una gran capacidad para traspasar las barreras comunicativas y llegar hasta el receptor de la noticia. Igualmente importante será estar en posesión de diversas técnicas que permitan una redacción fluida, atractiva y que atrape al lector. Con la realización de este curso el alumnado podrá obtener todos los conocimientos y habilidades necesarias para realizar las funciones de redactor periodístico. Si trabaja en el entorno de la televisión o desearía hacerlo y quiere especializarse en las funciones que engloba la redacción periodística en este ámbito este es su momento, con el Curso de Especialista en Redacción Periodística en Televisión podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta labor con éxito. Gracias a la realización de este Curso conocerá las técnicas que le ayudarán a desenvolverse profesionalmente. Las redes sociales han propiciado un nuevo concepto de marketing y relaciones públicas al que cada día acuden más profesionales, y cuyos resultados son sorprendentes. El presente curso dotará al alumno de los conocimientos necesarios para poder aplicar los más recientes métodos existentes en relación a la promoción web haciendo uso de diversas herramientas Web 2.0 y Medios Sociales.

Objetivos

Realiza este Máster en Periodismo Cultural y consigue los siguientes objetivos: - Clasificar la información cultural del arte, cine, música y libros. - Estudiar los orígenes del periodismo cultural. - Analizar los géneros y fuentes en la información cultural. - Conocer los conceptos generales del periodismo social. - Conocer los ámbitos especializados en el periodismo social. - Adquirir la panorámica del periodismo social en los diarios generalistas. - Aprender los criterios éticos relativos a personas y colectivos vulnerables. - Valorar la situación actual del periodismo observando las tendencias comunicativas de mayor relevancia. - Adquirir los conocimientos necesarios que estén en relación con la redacción periodística y su correcta puesta en práctica. - Identificar los diferentes valores y estructuras de la noticia atendiendo a sus características principales. - Conocer los géneros periodísticos valorando todo su proceso en relación con la redacción periodística. - Indagar en las características generales del estilo periodístico con el objetivo de profundizar en los conocimientos de los medios de comunicación. - Estimar la tendencia actual de la sociedad de la información atendiendo al nuevo escenario al que se enfrenta. - Conocer la estructura de la redacción. - Adquirir la tecnología como elemento definitorio y esencial del medio. - Aplicar criterios de ordenación de noticias. - Aprender a comunicar con imágenes. - Aprender a utilizar las diferentes aplicaciones surgidas a partir de la Web 2.0. - Aprender a darse de alta en las diferentes redes sociales y conocer las características de cada una de ellas. - Describir las bases de la arquitectura de la participación en la Web 2.0. - Conocer las principales ventajas y desventajas del uso de las Redes Sociales.

Para qué te prepara

Este curso está dirigido a personas que quieran ampliar sus conocimientos acerca de la Web 2.0 y las aplicaciones e usos que esta nos proporciona. Personas que quieran aprender a manejar las Redes Sociales tanto a nivel de usuario como para la optimización de sus empresas. A expertos en la materia que bien quieran ampliar sus conocimientos y seguir formándose o especializarse en las funciones relacionadas con la redacción periodística en televisión. También está dirigido a los profesionales del mundo de las Ciencias De La Información, concretamente en Periodismo Cultural, y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con el *Periodismo Cultural*.

A quién va dirigido

Este curso en Nuevas Tendencias y Periodismo Cultural y Social le prepara para tener una visión amplia del entorno del periodismo cultural, conociendo sus orígenes, fuentes y géneros para desenvolverse profesionalmente en la materia. Tendrá una visión completa sobre el entorno del periodismo social, llegando a conocer las técnicas oportunas para ser un profesional en la materia. También aportará los conocimientos necesarios al alumnado para desarrollar de manera correcta las funciones propias de un Redactor periodístico como van a ser el correcto empleo del lenguaje y el estilo periodístico, el manejo de los géneros periodísticos y sus características generales, las técnicas para la redacción periodística así como las técnicas de narración. El curso de Especialista en Redacción Periodística en Televisión le preparará para tener una visión amplia y precisa del entorno de la televisión en relación con los aspectos esenciales de la redacción periodística, aplicando diferentes técnicas para ser un experto en la materia. El presente curso dotará al alumno de los conocimientos necesarios para poder conocer a

utilizar las diferentes aplicaciones surgidas de la Web 2.0. así como conocer las principales ventajas del uso de las diferentes redes sociales.

Salidas laborales

Gracias a la titulación en el Máster en Periodismo Cultural podrás ejercer actividades profesionales en el sector periodístico como: Periodismo Cultural, Ciencias de la información, Periodismo, Periodismo social Redactor periodístico, Periodismo, Medios de comunicación, Editoriales, Televisión, Redacción Periodística en Televisión, Periodismo. Webmasters, Diseñadores Web, Programadores Web, Responsables de Marketing y Directivos de Portales Web.

TEMARIO

PARTE 1. PERIODISMO CULTURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y DELIMITACIONES DEL PERIODISMO CULTURAL

1. El concepto de cultura y su aplicación en la información cultural
2. La información cultural del arte
3. La información cultural de las artes escénicas
4. La información cultural del cine
5. La información cultural de la música
6. La información cultural de los libros

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS ORÍGENES DEL PERIODISMO CULTURAL

1. Los orígenes de la información cultural en la prensa
2. Los orígenes de la información cultural en la radio
3. Los orígenes de la información cultural en la televisión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA PRÁCTICA DEL PERIODISMO CULTURAL

1. Consideraciones generales
2. Factores de interés/criterios de valoración para la elaboración de la información cultural

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS FUENTES DEL PERIODISMO CULTURAL

1. Fuentes generales de la información cultural
2. Fuentes específicas de la información audiovisual de la cultura
3. Las fuentes institucionales como proveedoras hegemónicas de información cultural

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS GÉNEROS EN LA INFORMACIÓN CULTURAL

1. La noticia cultural
2. La crónica cultural
3. El reportaje cultural
4. La entrevista cultural
5. Otros géneros de la información cultural

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA DIVERSIFICACIÓN ACTUAL DE LA INFORMACIÓN CULTURAL EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

1. La información cultural en la prensa
2. La información cultural en la radio
3. La información cultural en la televisión

PARTE 2. PERIODISMO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PERIODISMO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES: DIGITALIZACIÓN DE LOS MASS MEDIA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONSTRUCCIÓN PERIODÍSTICA DE LA REALIDAD EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET: CREDIBILIDAD Y VERACIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SEO EN PRENSA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN DE CONTENIDOS COMO TRABAJO PERIODÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PERIODISMO Y PODCASTING

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN Y RETRANSMISIÓN DE EVENTOS ON-LINE

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GABINETE DE PRENSA EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PERIODISMO Y REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 11. FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE IMAGEN EN PERIODIS

PARTE 3. PERIODISMO SOCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA SOCIEDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. La emergencia de lo social en periodismo
2. División problemática del espacio social: esfera pública y esfera privada
3. Los ámbitos tradicionales del periodismo generalista: política, economía,
4. cultura, deportes y sociedad
5. Definición y objetivos del periodismo social
6. Origen y evolución del periodismo social
7. Confusiones conceptuales: periodismo de salón, periodismo de sociedad
8. y periodismo social

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESCENARIOS, ACTORES Y PROTAGONISTAS DEL PERIODISMO SOCIAL

1. Actuaciones de la sociedad civil
2. Actuaciones de la sociedad no organizada
3. La sociedad invertebrada: retos sociales, retos periodísticos
4. Actuaciones de los individuos: del “suceso” al problema social
5. El trasfondo social de las agresiones
6. Accidentes: lo imprevisto y lo previsible
7. Catástrofes: los acontecimientos imprevisibles de la naturaleza

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ÁREAS ESPECIALIZADAS DEL PERIODISMO SOCIAL

1. Los ámbitos especializados en el periodismo social
2. Funciones informativas de estos ámbitos
3. Principales áreas especializadas

4. Introducción de la perspectiva de género en el ámbito social
5. Tendencias sociales: del estado latente a la consolidación
6. El periodismo social en el nuevo contexto mediático: redes sociales
7. y participación ciudadana

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PERIODISMO SOCIAL EN LOS DIFERENTES MEDIOS: SIMILITUDES Y DIFERENCIAS

1. Panorámica del periodismo social en los diarios generalistas
2. Evolución, tipos y jerarquización de los contenidos
3. El debate interno en las redacciones
4. Diversidad de miradas sobre los asuntos sociales: el caso de los desahucios
5. Periodismo social en la radio y en la televisión
6. Internet: ¿hay periodismo social en los cybermedios?

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EXCESOS Y RIESGOS DEL PERIODISMO SOCIAL

1. Sensacionalismo y espectacularidad
2. Simplificación, trivialidad y banalidad
3. De persona a personaje
4. La politización de los asuntos sociales
5. Criterios éticos relativos a personas y colectivos vulnerables
6. El uso del lenguaje en determinadas temáticas

PARTE 4. REDACCIÓN PERIODÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

1. Concepto de redacción periodística
 1. - El orden de la redacción periodística
 2. - Determinar los contenidos
2. El periodismo
 1. - Mensaje periodístico
 2. - Información periodística
3. Función social del periodismo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LENGUAJE Y ESTILO PERIODÍSTICO

1. El lenguaje periodístico
 1. - Nivel morfosintáctico
 2. - Nivel léxico-semántico
 3. - Interpretación de la realidad
2. Análisis periodístico
 1. - Análisis de la forma
 2. - Análisis de contenidos
 3. - El acontecimiento
 4. - La actualidad
 5. - Periodicidad y universalidad
3. Manuales de estilo

1. - Literatura y periodismo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. VALORES Y ESTRUCTURA DE LA NOTICIA

1. La noticia
 1. - El lenguaje de la noticia
 2. - Tipos de noticias
2. Valores noticiosos
3. Estructura de la noticia
 1. - Jerarquía de las noticias
 2. - La estructura externa de la noticia
 3. - El cuerpo de la noticia
 4. - La estructura interna de la noticia

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Agencias de información
 1. - Principales agencias de información
 2. - Organización del trabajo
2. Fuentes informativas
 1. - Tipos de fuentes
 2. - La atribución
3. El tratamiento de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1. Origen de los géneros periodísticos
2. Género periodístico informativo: la información
 1. - Diagrama de la información
3. Género periodístico interpretativo: el reportaje
 1. - La entrevista
 2. - Opinión
 3. - Otros géneros periodísticos interpretativos
4. Género periodístico híbrido: la crónica

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ESTILO PERIODÍSTICO

1. Rasgos diferenciales del estilo periodístico
2. El estilo informativo
 1. - Concisión
 2. - Claridad
 3. - Captar la atención
3. El estilo editorializante
4. El estilo ameno

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS PARA LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

1. Estilo y lenguaje periodístico
 1. - Estilos
2. Técnicas para la obtención de la información

3. Redacción periodística en relación a los géneros
4. Formas discursivas en la redacción periodística
5. Redacción periodística en otros medios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL LENGUAJE, LA NARRACIÓN Y SUS TÉCNICAS

1. El lenguaje periodístico
 1. - Nivel morfosintáctico
 2. - Nivel léxico-semántico
 3. - Errores más frecuentes en la redacción periodística
2. El lenguaje en los titulares
3. El orden de las palabras y de las frases. Hipérbaton y elipsis
4. Puntuación, cacofonía y rima
5. El género
6. Los verbos
 1. - Errores en el uso del infinitivo
 2. - Normas de uso del gerundio
 3. - Perífrasis verbales innecesarias

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL TRABAJO DEL/A REDACTOR/A

1. La figura del/a redactor/a
2. Valoración de las noticias
3. Trabajo literario del redactor. Aspectos más destacados
 1. - Reelaboración y documentación de textos
 2. - Síntesis y condensación
 3. - Titulación
 4. - Pies de fotografías
 5. - Servicio de teletipo
 6. - Secciones de los lectores

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN ANTE SU NUEVO ESCENARIO

1. Evolución histórica de la Sociedad de la Información
2. Definición de Sociedad de la Información
3. Las repercusiones de las nuevas tecnologías
4. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
5. Internet como herramienta relevante en la Sociedad de la Información
 1. - Servidores de acceso a la información
 2. - Comunicación en tiempo real

PARTE 5. REDACCIÓN PERIODÍSTICA EN TELEVISIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MALA IMAGEN DE LA IMAGEN

1. La televisión como cloaca de la sociedad
2. La imagen y sus patologías informativas
3. Por qué y cómo se ha llegado a Jerry Mander

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL TRABAJO PERIODÍSTICO EN TELEVISIÓN

1. Estructura del equipo de trabajo
2. Estructura de la redacción
3. Las rutinas que genera un informativo
4. Nacimiento, desarrollo y muerte de una noticia: un caso práctico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIO, GÉNEROS Y FORMATOS

1. La tecnología como elemento definitorio y esencial del medio
2. Variaciones en torno a un mismo soporte
3. Los géneros periodísticos en televisión
4. Formatos específicamente televisivos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ESCALETA COMO MACROTEXTO INFORMATIVO

1. La construcción de una escaleta
2. La organización del trabajo
3. Los criterios de selección periodística
4. Los criterios de ordenación de noticias
5. Tendencias en la edición

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MICROESTRUCTURAS TEXTUALES: LA EROSIÓN DE LA PIRÁMIDE INVERTIDA

1. Escribir para medios impresos La entradilla y la pirámide invertida
2. Escribir para televisión La pirámide diseminada
3. Los puntos de interés máximo y los detalles menores
4. Texto y totales: la información fluye
5. Otras modalidades de texto

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ESCRITURA TELEVISIVA

1. Escribir para el oído
2. El lenguaje de las tres c's más una: corto, conciso y concreto para ser claro
3. El orden del discurso: la construcción de la frase
4. Escritura, texto y estilo
5. La televisión frente a la prensa
6. "No lo intentes; hazlo"

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESCRIBIR CON IMÁGENES. LA GRAMÁTICA INVISIBLE

1. Palabras e imágenes
2. Aprender a comunicar con imágenes
3. La imagen y su valor informativo
4. Lo audiovisual y la "audiovisión"
5. Una gramática que no se ve

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL MEJOR TEXTO PARA CADA CONTEXTO

1. La asignación del contexto
2. El texto y sus especificidades

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA PUESTA EN ESCENA

1. La comunicación verbal
2. La comunicación no verbal
3. El redactor y las conexiones en directo

PARTE 6. REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPERTO EN TECNOLOGÍAS DE LA WEB 2.0

1. Origen de la Web 2.0
2. Principales características de la Web 2.0
3. Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos
4. Ventajas de la Web 2.0
5. Nuevas tendencias: la Web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERTO EN APLICACIONES WEB 2.0

1. Introducción
2. Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones en línea
5. Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
6. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES Y WEB 2.0

1. Medios sociales
2. Redes sociales
3. Blogs
4. Microblogging
5. Wikis
6. Podcast
7. Plataformas de vídeo
8. Plataformas de fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

1. Historia de las redes sociales
2. Definición de las redes sociales
3. Diccionario básico de las redes sociales
4. Servicios de redes sociales
5. Importancia e impacto social de las redes sociales
6. Profesiones de las redes sociales
7. Ventajas y desventajas de las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

1. Redes sociales generales
2. Redes sociales especializadas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MOBILE SOCIAL MEDIA: LOS SMARTPHONES

1. Los smartphones
2. El potencial del móvil para las redes sociales
3. Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales
4. Del Social Media al Social Media Móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 7. USO RESPONSABLE DE LAS REDES SOCIALES

1. Introducción al uso responsable de las redes sociales
2. Aspectos a tener en cuenta ante una conexión en red
3. Menores e incapaces en las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES EN REDES SOCIALES

1. Servicios en las Redes Sociales
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4. Protección de la Propiedad Intelectual
5. Protección de los consumidores y usuarios
6. Delitos en las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

