

25334 - Proyecto de comunicación digital

Información del Plan Docente

Año académico	2017/18
Centro académico	103 - Facultad de Filosofía y Letras
Titulación	272 - Graduado en Periodismo
Créditos	9.0
Curso	4
Periodo de impartición	Primer Cuatrimestre
Clase de asignatura	Obligatoria
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Introducción

Breve presentación de la asignatura

La asignatura tiene por objetivo conseguir que los futuros profesionales de la información sean capaces de crear contenidos informativos para Internet y aprendan a gestionarlos en la Red, tanto en el formato web/blog como en las denominadas Redes Sociales. Los medios de comunicación cada vez están más volcados en el perfeccionamiento y mejora de sus apuestas digitales e incorporan nuevas herramientas que los futuros periodistas deben conocer.

1.2. Recomendaciones para cursar la asignatura

El alumno debe conocer de forma somera la realidad de las ediciones digitales de los medios de comunicación y los medios de comunicación estrictamente digitales, y para ello debe ser capaz de manejar las herramientas básicas del entorno digital. Además, debe tener nociones del manejo de programas informáticos de tratamiento de textos, audio y vídeo. Es aconsejable que el alumno esté familiarizado con la creación y gestión de blogs y/o páginas web.

1.3. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Esta asignatura se imparte en el primer cuatrimestre del 4º Curso del Grado de Periodismo. Es obligatoria y está estrechamente relacionada con la asignatura de Comunicación e información digital. Ambas permiten, de forma conjunta, el salto desde el análisis teórico de la realidad de la comunicación digital a la aplicación práctica de esos contenidos teóricos.

Si bien no hay un nuevo periodismo, porque los principios convencionales del ejercicio de la profesión no deben desaparecer en el entorno digital, sí hay nuevos soportes y herramientas para la elaboración y la difusión de la información, soportes y herramientas que condicionan notablemente el trabajo.

Dado que el mercado laboral actual, al que se van a enfrentar los estudiantes de 4º curso de forma inminente, plantea nuevas demandas a los profesionales de la información, y dado que el entorno digital provoca el surgimiento constante de nuevos nichos de trabajo, el aprendizaje de estas asignaturas tiene pleno sentido formativo. La asignatura se imparte cuando los alumnos ya han sido convenientemente formados en la materia y son capaces de utilizar las herramientas básicas con las que podrán optimizar su trabajo en el área de la comunicación digital.

25334 - Proyecto de comunicación digital

1.4. Actividades y fechas clave de la asignatura

El objetivo fundamental de la clase es desarrollar un proyecto de información digital. Por ello, tanto las horas presenciales como las no presenciales se dedican a ese fin. La fecha clave en la asignatura viene marcada por la convocatoria de exámenes, pues es la fecha límite para la introducción de contenidos evaluables en el medio digital creado por los propios alumnos.

2. Resultados de aprendizaje

2.1. Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

Poseer y comprender conocimientos sobre Comunicación Digital que se apoyan en libros de texto avanzados e implican conocimientos procedentes de la vanguardia del campo.

Comunicarse correcta y eficazmente, oralmente y por escrito en la lengua propia y en una lengua extranjera.

Trabajar en equipo, en particular equipos de naturaleza interdisciplinar e internacional característicos del trabajo en este campo.

Comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia.

Incorporar valores fundamentales de respeto y reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad.

Aprender autónomamente y autoevaluarse.

Incorporar sensibilidad hacia temas medioambientales.

Expresarse correcta y eficazmente en los diversos lenguajes y contextos, en concreto el lenguaje específico de la imagen y el dominio del lenguaje específico de los diferentes géneros del periodismo.

Integrarse y adecuarse a la organización, equipos, procesos y criterios de trabajo, en los contextos y medios propios de la actividad periodística.

2.2. Importancia de los resultados de aprendizaje

La aplicación de las nuevas tecnologías del entorno digital a la comunicación y la información resulta imprescindible para el desarrollo del trabajo periodístico en la actualidad. Todas las empresas informativas están volcadas en el desarrollo de soportes digitales y en la difusión de sus productos a través de las Redes Sociales. Así, el mercado laboral va a exigir a los futuros periodistas que sean capaces de desenvolverse con profesionalidad en este nuevo entorno, que además está en constante evolución. Igualmente, la generalización de las TIC ha supuesto la irrupción de nuevos nichos de trabajo relacionados con el periodismo, y conocerlas es fundamental para acceder a ellos.

3. Objetivos y competencias

25334 - Proyecto de comunicación digital

3.1. Objetivos

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

La asignatura, en las primeras sesiones, pretende determinar el grado de conocimiento que tienen los estudiantes de Periodismo de la realidad de los medios de comunicación en sus propuestas para Internet. También trata de establecer su conocimiento de las herramientas digitales y de los programas de edición de textos, audio y vídeo, así como su manejo y utilización de otro tipo de herramientas, como las Redes Sociales.

A partir de ahí, las sucesivas sesiones pretenden conseguir que los alumnos sean capaces de desarrollar y, posteriormente, gestionar un producto informativo digital. Se persigue que sean responsables de todo el proceso, desde el diseño de la página web/blog hasta la creación final del producto.

El planteamiento es exclusivamente práctico. Las clases se dedican a la generación de contenidos y al diseño del producto digital mediante la utilización de herramientas multimedia.

3.2. Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

Capacidad para poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio (CB1).

Capacidad de comunicación correcta y eficaz, oral y escrita en la lengua propia y la capacidad de leer y comunicarse correctamente en una lengua extranjera (CT3).

Capacidad de trabajo en equipo, en particular equipos de naturaleza interdisciplinar e internacional característicos del trabajo en este campo. Esto incluye aspectos tales como la capacidad de liderazgo, de comprensión del lenguaje y las propuestas de otros especialistas, de organizar equipos de trabajo y habilidades fundamentales de relación interpersonal (CT6).

Capacidad de comunicación, argumentación y negociación tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la Materia (CT7).

Desarrollo de valores fundamentales de respeto y reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad (CT9).

Capacidad de aprendizaje autónomo y autoevaluación (CT10).

Sensibilidad hacia temas medioambientales (CT14).

Capacidad para expresarse correcta y eficazmente en los diversos lenguajes y contextos. Esta es una competencia básica para un comunicador y comprende aspectos como el uso correcto, oral y escrito de la propia lengua, la capacidad para expresarse el lenguaje específico de la imagen y el dominio del lenguaje específico de los diferentes géneros del periodismo. Comprende también capacidades tales como la capacidad de exposición y argumentación razonada, la capacidad de expresarse de forma atractiva e interesante o la capacidad de adaptar los lenguajes especializados a públicos generales (E2.1).

Capacidad de integración y adecuación a la organización, equipos, procesos y criterios de trabajo, en los contextos y

25334 - Proyecto de comunicación digital

medios propios de la actividad periodística (E2.2).

4.Evaluación

4.1.Tipo de pruebas, criterios de evaluación y niveles de exigencia

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTINUA

El planteamiento de la asignatura exige una evaluación continua del alumno que se sustenta en el proyecto digital elaborado a lo largo de la misma.

La nota estará en función del producto creado por el alumno. Los estudiantes se encargan tanto del diseño (50% de la calificación total, en grupo) como de la creación de contenidos (50% restante, individual). Se valorará la creación de contenidos propios de información general derivados de la actualidad o elaborados por los propios alumnos. Se valorarán especialmente la originalidad, el estilo periodístico, el ajuste a las características y al formato de un diario online de información general, el rigor y la corrección gramatical y ortográfica. Puesto que las clases presenciales son tutoriales y permiten a los estudiantes consultar con el profesor cada duda que se les presente, se evaluará la evolución del alumno de forma que demuestre que asimila la enseñanza que se imparte. También serán importantes el ajuste de las informaciones a las características de la narrativa digital y la utilización de elementos multimedia en la creación de contenidos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN GLOBAL

Elaboración de un proyecto de comunicación digital de acuerdo con los contenidos y directrices establecidos para la evaluación continua, pero de modo individual.

En segundas, terceras y demás convocatorias el sistema de evaluación será global tal y como se especifica en el punto 2 de este apartado.

5.Metodología, actividades, programa y recursos

5.1.Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

Ésta es una asignatura que persigue conseguir que los estudiantes sean capaces de desenvolverse adecuadamente en la creación, gestión y desarrollo de contenidos informativos propio del entorno digital. Por eso se plantea como una asignatura de carácter práctico y de evaluación continua en la que las clases presenciales se destinan en su totalidad a la creación del producto y la puesta en marcha del proyecto.

Para ello, las clases se imparten en la Sala 2 de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras, que dispone de un equipamiento informático y tecnológico suficiente y adecuado.

El proyecto se desarrolla en equipo, siguiendo el modelo de una redacción de un medio de comunicación convencional, de forma que cada alumno se ocupa de una de las secciones informativas en que tradicionalmente se dividen las empresas informativas.

25334 - Proyecto de comunicación digital

Así, los estudiantes aprenden a coordinar el trabajo que llevan a cabo y, al mismo tiempo, empiezan a conocer una realidad a la que se enfrentarán de forma inmediata.

5.2. Actividades de aprendizaje

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

Clases expositivo-participativas en las que se introduce al alumno en la materia a tratar.

Elaboración de un proyecto digital en todas las fases del mismo, desde el diseño inicial hasta la creación y difusión de contenidos en formato multimedia.

5.3. Programa

Es una asignatura esencialmente práctica con tres fases de realización.

FASE I

- Fijación de las líneas básicas del proyecto
- Análisis de condicionamientos externos: oportunidades y amenazas. Encuestas.
- Presentación de informes.

FASE II

- Diseño detallado del proyecto de comunicación digital (aspectos organizativos, visuales, secciones, libro de estilo, etc.).
- Análisis de condicionamientos internos: debilidades y fortalezas. Focus group.
- Plan de coordinación y reparto de tareas.
- Estrategia de promoción y lanzamiento. Planificación de fases y preparación de los materiales publicitarios. Análisis de las expectativas generadas.
- Estudio sobre recursos económicos:
- Sondeo sobre la posibilidad de la suscripción de lectores.
- Sondeo sobre posibles acuerdos publicitarios con empresas y otras entidades.
- Consulta con agencias de publicidad.

25334 - Proyecto de comunicación digital

-Otras opciones.

-Preparación de número 0.

-Presentación de informes.

FASE III

-Lanzamiento.

-Mantenimiento, revisiones, actualizaciones.

-Análisis de respuestas del público.

-Propuestas de futuro

-Evaluación de costes

-La viabilidad según perspectivas

-Cierre o continuidad

-Conclusiones finales

-Presentación de informes.

FINAL

-Evaluación crítica del conjunto del proceso.

5.4. Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

Las sesiones, todas presenciales, se desarrollan entre septiembre de 2012 y enero de 2013 conforme al calendario académico marcado. La fecha límite para la creación de contenidos en el producto digital creado es la establecida para la prueba de evaluación de la asignatura marcada en el calendario académico.

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

- Salaverría, Ramón. Redacción periodística en Internet / Ramón Salaverría . Navarra : Eunsa, 2005
- Briggs, Mark. Entrepreneurial journalism : how to build what's next for news / by Mark Briggs . Los Angeles : Sage ;

25334 - Proyecto de comunicación digital

Thousand Oaks : CQ Press, cop. 2012