

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Eventos (6 puntos)	Clases en directo
Semana 1	Tema 1. El nuevo escenario de la comunicación digital 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Tecnologías emergentes para una nueva sociedad 1.3. La sociedad de la información y los desinformados 1.4. Nuevas tecnologías y nuevas formas de resolver problemas: una explicación 1.5. La brecha digital y su secreto 1.6. Nativos digitales: un mito convincente 1.7. Referencias bibliográficas	Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,25 puntos cada una) Test tema 1 (0,1 puntos)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	Tema 2. Periodismo digital 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. El periodismo participativo. Definición y contexto 2.3. Principios de uso del periodismo participativo 2.4. Las reglas de participación del periodismo colaborativo 2.5. Implicaciones del periodismo participativo 2.6. Ejemplos del periodismo participativo 2.7. Referencias bibliográficas	Test tema 2 (0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 3	Tema 3. Escenarios profesionales en la comunicación digital 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Desafío de la convergencia multimedia 3.3. Nuevos perfiles y competencias	Actividad: Habilidades y funciones del periodista multimedia (1,25 puntos) Test tema 3 (0,1 puntos)	Clase del tema 3 y presentación de la actividad Habilidades y funciones del periodista multimedia
Semana 4	Tema 4. La función del periodista en Red 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Introducción. Las habilidades básicas del periodismo en Red 4.3. Escribir para la Red. Principios generales 4.4. El uso de recursos en Internet 4.5. Algunas herramientas del día a día del periodista en Red	Test tema 4 (0,1 puntos)	Clase del tema 4 Sesión de explicación del modelo de examen
Semana 5	Tema 5. Identidad digital: marca personal y reputación online 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Definición del concepto de marca personal 5.3. ¿Cuáles son los beneficios del posicionamiento de la marca personal o reputación? 5.4. Principios básicos que tener en cuenta para crear una marca personal conocida y reconocida		Clase del tema 5 Clase de resolución de la actividad Habilidades y funciones del periodista multimedia
Semana 6	Tema 5. Identidad digital: marca personal y reputación online (continuación) 5.5. ¿Cómo funciona un programa de posicionamiento o reputación (personal branding)? 5.6. Manifiesto de marca personal	Actividad: Plan de marca personal (1,25 puntos) Test tema 5 (0,1 puntos)	Clase del tema 5 y presentación de la actividad Plan de marca personal

	Temas	Eventos (6 puntos)	Clases en directo
Semana 7	Tema 6. Los periódicos en las Redes Sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Introducción 6.3. Los medios en las Redes Sociales 6.4. Hipótesis y metodología 6.5. Resultados y discusión 6.6. Conclusiones 6.7. Referencias bibliográficas	Test tema 6 (0,1 puntos)	Clase del tema 6
Semana 8	Tema 7. La función del community manager 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. La importancia del «Social Media Marketing» 7.3. La función del community manager 7.4. Responsabilidades del community manager 7.5. Habilidades del perfil 7.6. Herramientas del día a día del community manager	Test tema 7 (0,1 puntos)	Clase del tema 7
Semana 9	Tema 8. Creación y gestión de contenidos digitales 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Marketing de contenidos: definición 8.3. Díez mandamientos del marketing de contenidos 8.4. ¿Cómo llegar a mi público objetivo? 8.5. ¿Dónde y cómo buscar contenidos para el marketing de contenidos? 8.6. Beneficios de marketing de contenidos en Redes Sociales 8.7. Ideas para realizar acciones de marketing de atracción 8.9. Comercialización de marketing de contenidos 8.10. ¿Cómo creo una estrategia de contenidos? El marketing de contenidos en diez preguntas que responder 8.11. Principales diferencias ente Inbound y outbound marketing 8.12. Cuatro maneras de crear contenido para impactar en audiencias cualificadas	Test tema 8 (0,1 puntos)	Clase del tema 8 Clase de resolución de la actividad Plan de marca personal
Semana 10	Tema 9. Audiencias digitales 9.1. ¿Cómo estudiar este tema?¿Quién es quién en la medición y auditoría de audiencias online? 9.2. Nacimiento e historia de la medición online en España 9.3. Evolución en la medición de audiencias: del log al tag 9.4. Los principales sistemas de medición online 9.5. El principio de un consenso de mercado		Clase del tema 9
Semana 11	Tema 9. Audiencias digitales (continuación) 9.6. Empresas medidoras de audiencias gratuitas y de pago 9.7. ¿Qué datos puedo conocer del tráfico de mi web? 9.8. Datos públicos y privados en la medición de audiencias	Test tema 9 (0,1 puntos)	Clase del tema 9
Semana 12	Presentación del Caso	Actividad Grupal: Campaña de publicidad SEM (caso Chiaradii) (2 puntos)	presentación de la actividad grupal Campaña de publicidad SEM (caso Chiaradii)
Semana 13	Tema 10. Publicidad digital 10.1. ¿Cómo estudiar este tema?¿Quién vela por el mercado publicitario español? 10.2. Estudios de inversión publicitaria en España 10.3. Publicidad digital versus publicidad tradicional 10.4. Variables de tarifa publicidad digital 10.5. Formatos publicitarios 10.6 Modelos de compra de publicidad		Clase del tema 10

	Temas	Eventos (6 puntos)	Clases en directo
Semana 14	Tema 10. Publicidad digital (continuación) 10.7. Gestión de compra de espacios 10.8. Planificación de campañas 10.9. ¿Qué debemos saber de los medios? La pirámide de la audiencia 10.10. Dónde planificar mi campaña 10.11. Inversión en SEM (Adwords, Yahoo, Miva, etc.) 10.12. La publicidad en Redes Sociales	Test tema 10 (0,1 puntos)	Clase del tema 10
Semana 15	Semana de Repaso		Clase para presentar las conclusiones de la actividad grupal Campaña de publicidad SEM (caso Chiaradii)
Semana 16	Semana de exámenes		