

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

| UNIVERSIDAD SOLICITANTE | | CENTRO | | CÓDIGO CENTRO |
|---|--|---|-----------|---------------|
| Universidad Internacional de La Rioja | | Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades | | 26004032 |
| NIVEL | | DENOMINACIÓN CORTA | | |
| Máster | | Proyectos Periodísticos Digitales Avanzados | | |
| DENOMINACIÓN ESPECÍFICA | | | | |
| Máster Universitario en Proyectos Periodísticos Digitales Avanzados por la Universidad Internacional de La Rioja | | | | |
| RAMA DE CONOCIMIENTO | | CONJUNTO | | |
| Ciencias Sociales y Jurídicas | | No | | |
| HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS | | NORMA HABILITACIÓN | | |
| No | | | | |
| SOLICITANTE | | | | |
| NOMBRE Y APELLIDOS | | CARGO | | |
| Virginia Montiel Martín | | Responsable de programas ANECA | | |
| Tipo Documento | | Número Documento | | |
| NIF | | 16609588T | | |
| REPRESENTANTE LEGAL | | | | |
| NOMBRE Y APELLIDOS | | CARGO | | |
| Juan Pablo Guzmán Palomino | | Secretario General | | |
| Tipo Documento | | Número Documento | | |
| NIF | | 24236227T | | |
| RESPONSABLE DEL TÍTULO | | | | |
| NOMBRE Y APELLIDOS | | CARGO | | |
| Víctor Padilla Martín-Caro | | Decano de la Facultad | | |
| Tipo Documento | | Número Documento | | |
| NIF | | 50091143H | | |
| 2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN | | | | |
| A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado. | | | | |
| DOMICILIO | | CÓDIGO POSTAL | MUNICIPIO | TELÉFONO |
| Avenida de la Paz, 137 | | 26006 | Logroño | 676614276 |
| E-MAIL | | PROVINCIA | | FAX |
| virginia.montiel@unir.net | | La Rioja | | 902877037 |



3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

| | |
|--|--|
| | En: La Rioja, AM 3 de mayo de 2023 |
| | Firma: Representante legal de la Universidad |



1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

| NIVEL | DENOMINACIÓN ESPECÍFICA | CONJUNTO | CONVENIO | CONV. ADJUNTO |
|---|--|---------------------------------------|----------------|--------------------------|
| Máster | Máster Universitario en Proyectos Periodísticos Digitales Avanzados por la Universidad Internacional de La Rioja | No | | Ver Apartado 1: Anexo 1. |
| LISTADO DE ESPECIALIDADES | | | | |
| No existen datos | | | | |
| RAMA | | ISCED 1 | ISCED 2 | |
| Ciencias Sociales y Jurídicas | | Periodismo | | |
| NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA | | | | |
| AGENCIA EVALUADORA | | | | |
| Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación | | | | |
| UNIVERSIDAD SOLICITANTE | | | | |
| Universidad Internacional de La Rioja | | | | |
| LISTADO DE UNIVERSIDADES | | | | |
| CÓDIGO | | UNIVERSIDAD | | |
| 077 | | Universidad Internacional de La Rioja | | |
| LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS | | | | |
| CÓDIGO | | UNIVERSIDAD | | |
| No existen datos | | | | |
| LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES | | | | |
| No existen datos | | | | |

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

| CRÉDITOS TOTALES | CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS | CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS |
|----------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| 60 | | 6 |
| CRÉDITOS OPTATIVOS | CRÉDITOS OBLIGATORIOS | CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER |
| 0 | 42 | 12 |
| LISTADO DE ESPECIALIDADES | | |
| ESPECIALIDAD | CRÉDITOS OPTATIVOS | |
| No existen datos | | |

1.3. Universidad Internacional de La Rioja

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

| LISTADO DE CENTROS | |
|---------------------------|---|
| CÓDIGO | CENTRO |
| 26004032 | Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades |

1.3.2. Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

1.3.2.1. Datos asociados al centro

| TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO | | |
|--|--------------------------|-------------|
| PRESENCIAL | SEMIPRESENCIAL | A DISTANCIA |
| No | No | Sí |
| PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS | | |
| PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN | SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN | |
| 150 | 150 | |



| TIEMPO COMPLETO | | |
|---|-----------------------|-----------------------|
| | ECTS MATRÍCULA MÍNIMA | ECTS MATRÍCULA MÁXIMA |
| PRIMER AÑO | 60.0 | 60.0 |
| RESTO DE AÑOS | 49.0 | 60.0 |
| TIEMPO PARCIAL | | |
| | ECTS MATRÍCULA MÍNIMA | ECTS MATRÍCULA MÁXIMA |
| PRIMER AÑO | 22.0 | 48.0 |
| RESTO DE AÑOS | 22.0 | 48.0 |
| NORMAS DE PERMANENCIA | | |
| http://static.unir.net/documentos/normativa_permanencia_estudiante.pdf | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

| 3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES |
|--|
| BÁSICAS |
| CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación |
| CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio |
| CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios |
| CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades |
| CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. |
| GENERALES |
| . - . |
| 3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES |
| RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. |
| RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. |
| 3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS |
| RE18 - Conocer y respetar las normas deontológicas de la profesión periodística ante los retos que supone el ámbito digital. |
| RE19 - Crear narraciones visuales y multimedia que puedan generar audiencia en el marco del periodismo digital. |
| RE21 - Ser capaz de evaluar el funcionamiento del negocio mediático mediante el análisis de la relación con los usuarios y con los anunciantes. |
| RE16 - Desarrollar proyectos de escritura periodística digital basados en herramientas y técnicas de Storytelling. |
| RE17 - Definir estrategias de desarrollo de audiencia para proyectos periodísticos digitales a nivel profesional mediante plataformas, redes sociales y acciones de SEO. |
| RE20 - Aplicar herramientas y técnicas avanzadas de periodismo y escritura periodística digital, incluido el periodismo móvil y la construcción de historias interactivas. |
| RE2 - Ser capaz de desarrollar habilidades comunicativas avanzadas mediante el uso de técnicas de narrativa periodística avanzada, incluida la visualización y la verificación de datos. |
| RE1 - Evaluar las tendencias actuales en los sistemas de medios digitales y en el periodismo digital tanto a nivel nacional como internacional. |
| RE3 - Ser capaz de desarrollar proyectos periodísticos transmedia a través de la aplicación de las técnicas profesionales de la narrativa visual: fotoperiodismo, periodismo vídeo y móvil, gráficos y mapas. |
| RE4 - Capacidad de posibilitar la integración del usuario en la narración de historias interactivas mediante la implementación de acciones de realidad virtual y realidad aumentada en proyectos periodísticos. |
| RE5 - Analizar la capacidad de los productos periodísticos con relación a la mejora de sus posibilidades de fidelización de los usuarios (engagement). |
| RE6 - Definir estrategias globales de comunicación corporativa que empleen las herramientas de creación, producción y monetización de los productos periodísticos digitales más usuales (podcast y newsletter). |
| RE7 - Capacidad de definir estrategias para la distribución efectiva de contenidos mediante el uso profesional del marketing digital en los proyectos periodísticos digitales. |
| RE8 - Capacidad de diseñar un plan de marketing para un medio periodístico digital basado en la gestión y análisis de su presencia en redes y plataformas sociales. |



RE9 - Desarrollo de estrategias digitales avanzadas que generen contenido significativo (inbound marketing) para los usuarios de un medio periodístico, y promuevan el incentivo y gestión del contenido generado por los usuarios (UGC).

RE10 - Diseñar y gestionar publicaciones periodísticas en un medio digital basadas en soluciones innovadoras centradas en la usabilidad y la experiencia de usuario.

RE11 - Capacidad de analizar la complejidad de implantación en el ecosistema del periodismo digital de proyectos que promuevan el emprendimiento y el desarrollo de propuestas de valor.

RE12 - Definir y proponer un plan de negocio para un proyecto periodístico digital basado en sus indicadores económicos asociados y en las tendencias del mercado.

RE13 - Capacidad de analizar estratégicamente la información sobre el mercado de la publicidad digital con base en las fuentes de financiación disponibles en un contexto de competencia.

RE14 - Evaluar los cambios que puede suponer en un medio periodístico una estrategia de marketing digital basada en el branded content, la publicidad programática y el análisis profesional del marketing de influencia para la creación de valor.

RE15 - Elaborar un trabajo original, presentarlo y defenderlo, consistente en un proyecto en el ámbito del periodismo digital aplicado en el que se integren los conocimientos adquiridos.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

El órgano encargado de la gestión del proceso de admisión es el Departamento de Admisiones en su vertiente Nacional e Internacional.

La admisión definitiva en el título es competencia de la Comisión de Admisiones del mismo, que está compuesta por, al menos:

- Responsable del título (que puede delegar en un profesor del título).
- Responsable de Acceso y Verificaciones.

De acuerdo con el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, para el acceso a las enseñanzas oficiales de máster se requerirá:

1. La posesión de un título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente es condición para acceder a un Máster Universitario, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.

2. De igual modo, podrán acceder a un Máster Universitario del sistema universitario español personas en posesión de títulos procedentes de sistemas educativos que no formen parte del EEES, que equivalgan al título de Grado, sin necesidad de homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que implican, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estudios de nivel de postgrado universitario. En ningún caso el acceso por esta vía implicará la homologación del título previo del que disponía la persona interesada ni su reconocimiento a otros efectos que el de realizar los estudios de Máster.

Requisitos de acceso específicos de este título

Además de ello, y de forma más concreta, se requiere que los estudiantes que accedan al máster cumplan alguno de los siguientes requisitos:

1. Estén en posesión de alguno de los títulos considerados como afines al título propuesto, es decir, sean **titulados universitarios en áreas afines a las Ciencias de la Información**, es decir, titulados universitarios en Periodismo, Comunicación, Comunicación Audiovisual, Marketing, Publicidad y Relaciones Públicas, Lengua y Literatura, o titulaciones que, puedan ser consideradas equivalentes por la comisión de admisiones; en estos casos el estudiante deberá entregar información que demuestre que se han cursado y superado las materias que permiten adquirir un perfil competencial similar al de las titulaciones mencionadas. La Comisión de Admisiones determinará si el título aportado cumple este requisito.
2. Cumpliendo los requisitos de acceso que indica la legislación, acrediten experiencia profesional demostrable, con **no menos de un año de experiencia con dedicación completa, o tiempo equivalente en el caso de dedicación parcial, realizando tareas relacionadas con el ámbito del título:**
 - Elaboración de contenidos periodísticos digitales.
 - Gestión periodística de redes sociales.
 - Gestión de proyectos de medios de comunicación digital.
 - Análisis web y segmentación de audiencias en medios digitales.
 - Acciones de marketing y publicidad digital en medios digitales.
 - Planificación estratégica y creación de contenidos de marca para medios digitales.

Se solicitará certificado de empresa/institución que acredite la experiencia profesional descrita.

Satisfechos los requisitos específicos de acceso previamente mencionados y, solo en el caso de que el número de solicitudes de plaza que cumplen con los requisitos recogidos en las vías de acceso exceda al número de plazas ofertadas, en la resolución de las solicitudes de admisión se tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración:

- Nota media del expediente en la titulación que otorga el acceso al máster (100 %). En caso de empate en puntuaciones, se elegirá al que tenga mayor número de matrículas de honor y, en su caso, sobresalientes y así sucesivamente.



ANEXO: NORMATIVA APLICABLE

REGLAMENTO DE ACCESO Y ADMISIÓN A ESTUDIOS OFICIALES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

Se aporta el enlace que consta en la página web de la Universidad:

https://static.unir.net/documentos/reglamento_acceso_admision_e_o_unir.pdf

Teniendo en cuenta lo indicado por la normativa vigente respecto a la extensión máxima de las memorias de títulos oficiales, limitada a 10000 palabras.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Según el Real Decreto 822/2021, este apartado no figura en el modelo de memoria para la solicitud de verificación del plan de estudios de un título universitario oficial indicado en el Anexo II.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

| MÍNIMO | MÁXIMO |
|--------|--------|
| 0 | 0 |

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

| MÍNIMO | MÁXIMO |
|--------|--------|
| 0 | 9 |

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

| MÍNIMO | MÁXIMO |
|--------|--------|
| 0 | 9 |

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

De acuerdo con lo establecido en el art. 10.5 del Real Decreto 822/2021, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de títulos propios o de formación permanente. No obstante, se fijan, de acuerdo con la Normativa de UNIR de reconocimiento y transferencia de créditos, los siguientes límites y criterios para poder proceder a este reconocimiento:

- El máximo de créditos que podrá ser objeto de reconocimiento, tanto por experiencia profesional o laboral previa, como por haber superado estas enseñanzas universitarias no oficiales, no podrá ser superior, en su conjunto, a 9 créditos, correspondientes, según el artículo 10.5 del RD 822/2021, al 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios.
- El reconocimiento no incorporará calificación numérica ni computará a efectos de baremación de expediente.
- Solo se admitirán aquellos estudios propios o de formación permanente en los que se garantice una adecuada evaluación del proceso formativo. A tal fin, en ningún caso, la simple asistencia podrá ser medio suficiente para acreditar la adquisición de competencia alguna. Tampoco serán aceptadas las acreditaciones o certificaciones expedidas por Departamentos o unidades universitarias que no tengan claras competencias en materia de títulos no oficiales.
- De no estar específicamente delimitado el perfil competencial del estudio universitario no oficial de origen, solo será posible el reconocimiento en caso de que exista una inequívoca equivalencia entre los conocimientos y competencias adquiridas con alguna o algunas materias concretas del título de destino.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

1) Parte del plan de estudios afectada por el reconocimiento.

El Real Decreto 822/2021 fija el límite máximo de reconocimiento a partir de experiencia profesional y laboral en el 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios. En el caso de un máster de 60 ECTS, esto equivale a 9 ECTS.

Con base en lo anterior y teniendo en cuenta que la experiencia laboral y profesional aportada por el estudiante debe proporcionar los mismos resultados del proceso de formación y de aprendizaje que se adquieren con las asignaturas reconocidas, podrán ser objeto de reconocimiento por experiencia profesional y laboral, entre otras, las siguientes:

Técnicas y Herramientas del *Storytelling* en el Periodismo Digital (6 ECTS).

Narración de Historias Visuales: las Claves del Periodismo Visual (6 ECTS).



El Departamento de Reconocimiento y Transferencia de Créditos revisará la documentación aportada en cada caso, para verificar que se cumplen los requisitos descritos en el apartado anterior. Asimismo, teniendo en cuenta la diversidad de experiencias profesionales que los estudiantes pueden aportar, se podrán realizar otros reconocimientos siempre que, siguiendo las directrices del Real Decreto 822/2021, dicha experiencia se muestre estrechamente relacionada con los conocimientos, competencias y habilidades propias del título universitario oficial.

2) Definición del tipo de experiencia profesional y laboral que podrá ser reconocida y 3) Justificación de dicho reconocimiento en términos de resultados del proceso de formación y de aprendizaje ya que el perfil de egresados ha de ser el mismo.

La experiencia profesional y laboral acreditada podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con los resultados del proceso de formación y de aprendizaje inherentes a dicho título.

La documentación aportada incluirá, en su caso, contrato laboral con alta en la Seguridad Social acreditado mediante certificado de vida laboral; credencial de prácticas de inserción profesional; certificados de formación de personal; memoria de actividades desempeñadas y/o cualquier otro documento que permita comprobar o poner de manifiesto la experiencia alegada y su relación con los resultados del proceso de formación y de aprendizaje inherentes al título.

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de las asignaturas mencionadas será el que se describe en la siguiente tabla:

| Materia | Asignatura (nº ECTS) | Resultados de aprendizaje Específicos | Justificación |
|---|---|---------------------------------------|---|
| Técnicas y Herramientas Periodísticas Digitales | Técnicas y Herramientas del <i>Storytelling</i> en el Periodismo Digital (6 ECTS) | RE2, RE16, RE20 | <u>Tipo de entidad:</u> Medios de comunicación, productoras, consultoras, agencias. <u>Duración:</u> periodo mínimo de 360 horas. <u>Tareas desempeñadas:</u> Redacción, creación de contenidos textuales y multimedia para medios digitales. |
| Técnicas y Herramientas Periodísticas Digitales | Narración de Historias Visuales: las Claves del Periodismo Visual (6 ECTS) | RE1, RE3, RE18, RE19, RE20 | <u>Tipo de entidad:</u> Medios de comunicación, productoras, consultoras, agencias. <u>Duración:</u> periodo mínimo de 360 horas. <u>Tareas desempeñadas:</u> Creación de contenidos audiovisuales y multimedia para medios digitales. |

Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad Internacional de La Rioja

Se aporta el enlace que consta en la página web de la Universidad:

<https://static.unir.net/documentos/normativa-RTC.pdf>

Teniendo en cuenta lo indicado por la normativa vigente respecto a la extensión máxima de las memorias de títulos oficiales, limitada a 10000 palabras.

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

| |
|---|
| 5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS |
| Ver Apartado 5: Anexo 1. |
| 5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS |
| Sesiones presenciales virtuales |
| Recursos didácticos audiovisuales |
| Estudio del material básico |
| Lectura del material complementario |
| Trabajos y casos prácticos |
| Test de evaluación |
| Talleres prácticos virtuales |
| Tutorías |
| Examen final |
| Estancia en Centro |
| Redacción de la memoria de prácticas |
| Lectura de documentación del centro de prácticas |
| Tutorías (Prácticas) |
| Sesión inicial de presentación de Trabajo Fin de Máster |
| Lectura de material en el aula virtual (TFM) |
| Tutorías (TFM) |
| Sesiones grupales de Trabajo Fin de Máster |
| Elaboración del Trabajo Fin de Máster |
| Exposición del Trabajo Fin de Máster |
| 5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES |
| Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje. |
| Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante. |
| Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo. |
| 5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN |
| Participación del estudiante |
| Trabajos, talleres y/o casos |
| Test de evaluación |
| Examen final |
| Evaluación con base en el informe del tutor externo |
| Memoria de prácticas |
| Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster |
| Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster |
| Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster |



| | | |
|---|------------------------------|------------------------------|
| 5.5 SIN NIVEL 1 | | |
| NIVEL 2: Técnicas y Herramientas Periodísticas Digitales | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Obligatoria | |
| ECTS NIVEL 2 | 18 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| 18 | | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Técnicas y Herramientas del Storytelling en el Periodismo Digital | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 6 | Cuatrimestral |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| 6 | | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Narración de Historias Visuales: las Claves del Periodismo Visual | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 6 | Cuatrimestral |



| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
|--|--|----------------------------|
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| 6 | | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Productos para el Engagement: Newsletters y Podcasts | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 6 | Cuatrimestral |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| 6 | | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| 5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE | | |
| Denominación de la asignatura | RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS ASIGNATURAS | |
| Técnicas y Herramientas del <i>Storytelling</i> en el Periodismo Digital | BÁSICOS | CB6, CB9 |
| | GENERALES | RG1, RG5 |
| | ESPECÍFICOS | RE2, RE16, RE20 |
| | TRANSVERSALES | RT1, RT2 |
| Narración de Historias Visuales: las Claves del Periodismo Visual | BÁSICOS | CB9, CB10 |
| | GENERALES | RG3, RG4, RG5 |
| | ESPECÍFICOS | RE1, RE3, RE18, RE19, RE20 |
| | TRANSVERSALES | RT1, RT2 |



| | | |
|--|---------------|---------------------|
| Productos para el <i>Engagement</i> : Newsletters y Podcasts | BÁSICOS | CB7 |
| | GENERALES | RG6 |
| | ESPECÍFICOS | RE2, RE5, RE6, RE21 |
| | TRANSVERSALES | RT1, RT2 |

5.5.1.3 CONTENIDOS

Técnicas y Herramientas del *Storytelling* en el Periodismo Digital

Esta asignatura ofrece las técnicas y herramientas necesarias para crear contenidos y narrativas digitales avanzadas en los principales formatos que se utilizan en los medios periodísticos digitales en la actualidad. Esto incluye tanto los formatos que están basados en el texto como los que tienen un carácter visual, multimedia o interactivo.

Se destacan los contenidos más importantes de la asignatura:

- Escribir para internet: herramientas y técnicas avanzadas de periodismo y escritura periodística digital.
- Desarrollo avanzado de una comunicación eficaz en el ámbito del periodismo digital.
- Formatos de creación de contenidos digitales avanzados I: noticias, reportajes multimedia, *longform*, especiales, investigación.
- Formatos de creación de contenidos digitales avanzados II: informes, interactivos, *podcasts*, *newsletters*, mensajería, listas, etc.
- Periodismo de datos: descubrir historias ocultas.
- Narrativas y visualización de datos. Infografía. Herramientas prácticas (tipo *Datawrapper*, *Flourish*).
- Periodismo en directo (*live*): formatos, coberturas en directo, eventos, análisis de casos de éxito.
- Verificación de datos: qué es el *fact-checking* y cómo realizarlo.
- Formatos experimentales. Análisis del caso de la BBC.

Narración de Historias Visuales: las Claves del Periodismo Visual

El periodismo visual se ha convertido en uno de los elementos más determinantes y diferenciales a la hora de crear productos periodísticos avanzados que conecten de manera profunda con la audiencia. Esta asignatura profundiza en las principales técnicas y formatos relacionados con el periodismo visual, la construcción de historias visuales e interactivas y el periodismo móvil, entre otros aspectos.

Se destacan los contenidos más importantes de la asignatura:

- El periodismo visual: claves para narrar historias que conecten con la audiencia.
- Técnicas avanzadas de fotoperiodismo aplicadas a proyectos periodísticos digitales.
- La narrativa visual con vídeo: formatos y casos de éxito.
- Contar historias con gráficos y mapas.
- La construcción de historias interactivas. Modelos y casos de éxito.
- Nuevas formas de contar historias I: Análisis de los usos de la Realidad Aumentada.
- Nuevas formas de contar historias II: la Realidad Virtual en el periodismo digital.
- Integración de los usuarios en la creación de historias
- El periodismo móvil: técnicas y formatos para una narrativa eficaz

Productos para el *Engagement*: Newsletters y Podcasts

Los *podcasts* y las *newsletters* se han convertido en productos y formatos digitales clave para conectar de manera efectiva con la audiencia. El objetivo de esta asignatura es explicar de manera detallada, y teniendo en cuenta todos los aspectos necesarios, cómo se pueden crear *podcasts* y *newsletters* de éxito.

Se destacan los contenidos más importantes de la asignatura:

- *Engagement* avanzado aplicado a los productos periodísticos digitales.
- El creciente mercado de los *podcasts*.
- Cómo lanzar un podcast de éxito: concepción, creación y producción.



- Herramientas de creación y publicación de *podcasts* (tipo Anchor, iVoox, Acast o SoundCloud).
- La monetización de los *podcasts*: modelos y casos de éxito.
- El mercado de las *newsletters*: historia y evolución.
- Modelos de *newsletters*.
- Las claves para lanzar *newsletters* de éxito.
- Uso profesional de aplicaciones tipo Mailchimp, Substack y Revue.
- Análisis de casos de *newsletters* de éxito.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Las horas correspondientes a la actividad formativa "Talleres prácticos virtuales" corresponden a las asignaturas "Técnicas y Herramientas del *Storytelling* en el Periodismo Digital", "Narración de Historias Visuales: las Claves del Periodismo Visual" y "Productos para el *Engagement: Newsletters y Podcasts*".

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.

RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

RE18 - Conocer y respetar las normas deontológicas de la profesión periodística ante los retos que supone el ámbito digital.

RE19 - Crear narraciones visuales y multimedia que puedan generar audiencia en el marco del periodismo digital.

RE21 - Ser capaz de evaluar el funcionamiento del negocio mediático mediante el análisis de la relación con los usuarios y con los anunciantes.

RE16 - Desarrollar proyectos de escritura periodística digital basados en herramientas y técnicas de *Storytelling*.

RE20 - Aplicar herramientas y técnicas avanzadas de periodismo y escritura periodística digital, incluido el periodismo móvil y la construcción de historias interactivas.

RE2 - Ser capaz de desarrollar habilidades comunicativas avanzadas mediante el uso de técnicas de narrativa periodística avanzada, incluida la visualización y la verificación de datos.

RE1 - Evaluar las tendencias actuales en los sistemas de medios digitales y en el periodismo digital tanto a nivel nacional como internacional.

RE3 - Ser capaz de desarrollar proyectos periodísticos transmedia a través de la aplicación de las técnicas profesionales de la narrativa visual: fotoperiodismo, periodismo vídeo y móvil, gráficos y mapas.

RE5 - Analizar la capacidad de los productos periodísticos con relación a la mejora de sus posibilidades de fidelización de los usuarios (*engagement*).

RE6 - Definir estrategias globales de comunicación corporativa que empleen las herramientas de creación, producción y monetización de los productos periodísticos digitales más usuales (*podcast* y *newsletter*).

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS



| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
|--|------------------------------|------------------------------|
| Sesiones presenciales virtuales | 45 | 100 |
| Recursos didácticos audiovisuales | 18 | 0 |
| Estudio del material básico | 180 | 0 |
| Lectura del material complementario | 135 | 0 |
| Trabajos y casos prácticos | 60 | 0 |
| Test de evaluación | 12 | 0 |
| Talleres prácticos virtuales | 36 | 16.7 |
| Tutorías | 48 | 30 |
| Examen final | 6 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| <p>Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje.</p> | | |
| <p>Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.</p> | | |
| <p>Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.</p> | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Participación del estudiante | 0.0 | 20.0 |
| Trabajos, talleres y/o casos | 20.0 | 40.0 |
| Test de evaluación | 0.0 | 20.0 |
| Examen final | 60.0 | 60.0 |
| NIVEL 2: Análisis y Desarrollo de la Audiencia Digital | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Obligatoria | |
| ECTS NIVEL 2 | 6 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| | 6 | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |



| | | | |
|--|---|--------------------------------|--|
| ITALIANO | | OTRAS | |
| No | | No | |
| NIVEL 3: El Desarrollo de la Audiencia: SEO, Redes Sociales y Nuevas Plataformas Emergentes | | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL | |
| Obligatoria | 6 | Cuatrimestral | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 | |
| | 6 | | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA | |
| Sí | No | No | |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS | |
| No | No | No | |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS | |
| No | No | No | |
| ITALIANO | | OTRAS | |
| No | | No | |
| 5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE | | | |
| Denominación de la asignatura | RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS ASIGNATURAS | | |
| El Desarrollo de la Audiencia: SEO, Redes Sociales y Nuevas Plataformas Emergentes | BÁSICOS | CB8, CB9 | |
| | GENERALES | RG2, RG6 | |
| | ESPECÍFICOS | RE1, RE5, RE7, RE9, RE17, RE21 | |
| | TRANSVERSALES | RT1, RT2 | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | | |
| <p>El Desarrollo de la Audiencia: SEO, Redes Sociales y Nuevas Plataformas Emergentes</p> <p>Para cumplir su misión de manera eficiente, los proyectos periodísticos digitales avanzados deben ser capaces de hacer llegar los contenidos que publican al público adecuado. Por ello, el desarrollo de la audiencia se ha convertido en un elemento esencial para cualquier proyecto. Esto incluye el empleo de estrategias adecuadas de SEO (optimización para buscadores) y de distribución de contenidos y relación con la audiencia en las redes sociales.</p> <p>Se destacan los contenidos más importantes de la asignatura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing digital profesional en los proyectos periodísticos digitales. • El departamento de Desarrollo de Audiencia en los medios digitales: descripción, funciones y perfiles necesarios. • Claves prácticas del SEO en proyectos periodísticos digitales. • SEO avanzado para medios: técnicas, estrategias y herramientas. • Definición de la estrategia para la distribución efectiva de contenidos. • Profesionalización de la gestión de las redes y plataformas sociales, por ejemplo, Instagram, Twitch, Facebook, Twitter, TikTok, LinkedIn, YouTube, Whatsapp, Telegram, Reddit, etc. • Herramientas de gestión y análisis de la presencia en las redes (tipo Hootsuite, Sprout Social, Buffer, Hubspot, etc.). • Medios digitales y viralidad: posibilidades y retos. • Conexión con la audiencia a través de plataformas emergentes. • Claves profesionales de la interacción eficaz con los usuarios. • Cómo incentivar y gestionar el contenido generado por los usuarios (UGC). • Desarrollo de estrategias avanzadas de <i>inbound</i> marketing: generación de tráfico y captación de clientes. | | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | | |



| | | |
|---|--------------|-----------------------|
| Las horas correspondientes a la actividad formativa "Talleres prácticos virtuales" corresponden a la asignatura "El Desarrollo de la Audiencia: SEO, Redes Sociales y Nuevas Plataformas Emergentes". | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios | | |
| CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades | | |
| 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES | | |
| RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. | | |
| RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| RE21 - Ser capaz de evaluar el funcionamiento del negocio mediático mediante el análisis de la relación con los usuarios y con los anunciantes. | | |
| RE17 - Definir estrategias de desarrollo de audiencia para proyectos periodísticos digitales a nivel profesional mediante plataformas, redes sociales y acciones de SEO. | | |
| RE1 - Evaluar las tendencias actuales en los sistemas de medios digitales y en el periodismo digital tanto a nivel nacional como internacional. | | |
| RE5 - Analizar la capacidad de los productos periodísticos con relación a la mejora de sus posibilidades de fidelización de los usuarios (engagement). | | |
| RE7 - Capacidad de definir estrategias para la distribución efectiva de contenidos mediante el uso profesional del marketing digital en los proyectos periodísticos digitales. | | |
| RE9 - Desarrollo de estrategias digitales avanzadas que generen contenido significativo (inbound marketing) para los usuarios de un medio periodístico, y promuevan el incentivo y gestión del contenido generado por los usuarios (UGC). | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Sesiones presenciales virtuales | 15 | 100 |
| Recursos didácticos audiovisuales | 6 | 0 |
| Estudio del material básico | 60 | 0 |
| Lectura del material complementario | 45 | 0 |
| Trabajos y casos prácticos | 20 | 0 |
| Test de evaluación | 4 | 0 |
| Talleres prácticos virtuales | 12 | 16.7 |
| Tutorías | 16 | 30 |
| Examen final | 2 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje. | | |
| Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante. | | |



Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.

| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
|---|-----------------------|-----------------------|
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Participación del estudiante | 0.0 | 20.0 |
| Trabajos, talleres y/o casos | 20.0 | 40.0 |
| Test de evaluación | 0.0 | 20.0 |
| Examen final | 60.0 | 60.0 |
| NIVEL 2: Negocio del Periodismo Digital | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Obligatoria | |
| ECTS NIVEL 2 | 18 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| 12 | 6 | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Desarrollo Eficaz de Productos Digitales | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 6 | Cuatrimestral |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| 6 | | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| | | |



| | | |
|---|------------------------------|------------------------------|
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Los Proyectos Periodísticos Digitales como Negocio Sostenible | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 6 | Cuatrimestral |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| | 6 | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Usuarios y Anunciantes: la Base del Negocio de los Medios | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 6 | Cuatrimestral |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| 6 | | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| 5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE | | |



| Denominación de la asignatura | RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS ASIGNATURAS | |
|---|--|--|
| Desarrollo Eficaz de Productos Digitales | BÁSICOS | CB6, CB7, CB9 |
| | GENERALES | RG3, RG4, RG6 |
| | ESPECÍFICOS | RE1, RE3, RE4, RE8, RE10, RE18, RE19, RE21 |
| | TRANSVERSALES | RT1, RT2 |
| Los Proyectos Periodísticos Digitales como Negocio Sostenible | BÁSICOS | CB6, CB7, CB8, CB9, CB10 |
| | GENERALES | RG3, RG6 |
| | ESPECÍFICOS | RE11, RE12, RE13, RE14, RE18, RE21 |
| | TRANSVERSALES | RT1, RT2 |
| Usuarios y Anunciantes: la Base del Negocio de los Medios | BÁSICOS | CB7, CB8 |
| | GENERALES | RG2, RG6 |
| | ESPECÍFICOS | RE5, RE11, RE12, RE13, RE14, RE17, RE21 |
| | TRANSVERSALES | RT1, RT2 |

5.5.1.3 CONTENIDOS

Desarrollo Eficaz de Productos Digitales

El "producto" se ha convertido en un elemento absolutamente central en el desarrollo de cualquier proyecto periodístico digital avanzado. En esta asignatura los estudiantes aprenden a desarrollar productos de manera muy efectiva y descubren cuál es la función de un gestor de producto. Además, se abordan cuestiones centrales para los productos como su diseño y usabilidad, las herramientas a emplear o las plataformas a emplear.

Se destacan los contenidos más importantes de la asignatura:

- Definición y estrategia del producto periodístico profesional: el desarrollo de un Producto Mínimo Viable.
- Conocimiento y análisis de la audiencia: Principales herramientas como Google Analytics y News Consumer Insights.
- El uso de los datos para la toma de decisiones.
- Práctica profesional avanzada del *product manager*.
- Análisis de técnicas eficaces de desarrollo de productos (metodologías *Lean, Agile, Design Thinking*).
- El diseño de un medio digital. Usabilidad y experiencia de usuario.
- Soluciones de mercado para la publicación de un proyecto periodístico digital avanzado. Idoneidad y ventajas competitivas, por ejemplo, WordPress, Wix, Squarespace, Drupal, Joomla, Ghost, Newspaper y Medium.
- Cómo organizar una redacción/proyecto. La creación y gestión de equipos.
- Análisis del mercado de las apps: Idoneidad de lanzamiento y presentación de casos prácticos de éxito en el sector de los medios.

Los Proyectos Periodísticos Digitales como Negocio Sostenible

La sostenibilidad de los proyectos periodísticos digitales es un elemento esencial e imprescindible para asegurar su éxito y, con ello, el cumplimiento de su misión. En esta asignatura se tratan todos los aspectos que hacen posible que un proyecto se convierta en un buen *negocio* en el ecosistema actual de medios y se analizarán de manera detallada diversos modelos inspiradores.

Se destacan los contenidos más importantes de la asignatura:

- Emprender en periodismo: idear, crear, lanzar y mejorar tu propio producto periodístico digital. Claves para emprender con éxito.
- El Business Model Canvas aplicado a los proyectos periodísticos profesionales. Desarrollo de la propuesta de valor.
- Publicidad digital: estrategia y análisis del mercado. Principales tendencias en el mundo de los medios digitales y medios de financiación. Sistemas de medición y medidores oficiales del mercado.
- Modelos exitosos de medios y de proyectos periodísticos digitales. Análisis de casos (*The New York Times, The Guardian, Axios*, etc.).
- Diversificación de las vías de ingreso en los proyectos periodísticos a nivel avanzado.
- Cómo conseguir ayudas (*grants*, etc.) para un proyecto periodístico digital.
- Perfiles profesionales digitales: qué perfiles y habilidades profesionales son necesarios en un proyecto periodístico digital.
- El periodista freelance: cómo colaborar con medios y vender con éxito tus creaciones.
- Plataformas y programas de apoyo a creadores digitales (Google, YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, etc.).
- Establecimiento de KPIs esenciales en un proyecto periodístico digital avanzado.
- Desarrollo del plan de negocio de un proyecto periodístico digital.

Usuarios y Anunciantes: la Base del Negocio de los Medios

El modelo de negocio de los medios se ha transformado profundamente en los años recientes. Hoy, las dos bases en las que se asientan los modelos que funcionan son, por un lado, los usuarios, y por otro, los anunciantes. En la asignatura se desarrollan de manera detallada las estrategias que funcionan para que estas dos vías de ingreso sean realmente efectivas.

Se destacan los contenidos más importantes de la asignatura:

- Modelos de suscripción digital y claves de éxito: Análisis de *freemium, metered*, muros de pago dinámicos, micropagos, etc.).
- Análisis de la membresía como modelo de generación de ingresos procedentes de los usuarios.
- Estrategia profesional para la generación de *engagement*.
- El mercado de la publicidad digital: análisis de la inversión y fuentes de información.
- Análisis de modelos y formatos profesionales de publicidad digital. Tendencias de mercado.



- La importancia y la gestión de los datos propios (*First Party Data*).
- Gestión avanzada del *branded content*: Estudio del caso de Prisa Brand Solutions.
- Las claves de la publicidad programática.
- La publicidad avanzada en vídeo, redes sociales y buscadores.
- Universo *influencer*: Análisis profesional del marketing de influencia.
- La organización del equipo de publicidad digital.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Las horas correspondientes a la actividad formativa "Talleres prácticos virtuales" corresponden a la asignatura "Desarrollo Eficaz de Productos Digitales".

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.

RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

RE18 - Conocer y respetar las normas deontológicas de la profesión periodística ante los retos que supone el ámbito digital.

RE19 - Crear narraciones visuales y multimedia que puedan generar audiencia en el marco del periodismo digital.

RE21 - Ser capaz de evaluar el funcionamiento del negocio mediático mediante el análisis de la relación con los usuarios y con los anunciantes.

RE17 - Definir estrategias de desarrollo de audiencia para proyectos periodísticos digitales a nivel profesional mediante plataformas, redes sociales y acciones de SEO.

RE1 - Evaluar las tendencias actuales en los sistemas de medios digitales y en el periodismo digital tanto a nivel nacional como internacional.

RE3 - Ser capaz de desarrollar proyectos periodísticos transmedia a través de la aplicación de las técnicas profesionales de la narrativa visual: fotoperiodismo, periodismo vídeo y móvil, gráficos y mapas.

RE4 - Capacidad de posibilitar la integración del usuario en la narración de historias interactivas mediante la implementación de acciones de realidad virtual y realidad aumentada en proyectos periodísticos.

RE5 - Analizar la capacidad de los productos periodísticos con relación a la mejora de sus posibilidades de fidelización de los usuarios (*engagement*).

RE8 - Capacidad de diseñar un plan de marketing para un medio periodístico digital basado en la gestión y análisis de su presencia en redes y plataformas sociales.

RE10 - Diseñar y gestionar publicaciones periodísticas en un medio digital basadas en soluciones innovadoras centradas en la usabilidad y la experiencia de usuario.

RE11 - Capacidad de analizar la complejidad de implantación en el ecosistema del periodismo digital de proyectos que promuevan el emprendimiento y el desarrollo de propuestas de valor.

RE12 - Definir y proponer un plan de negocio para un proyecto periodístico digital basado en sus indicadores económicos asociados y en las tendencias del mercado.

RE13 - Capacidad de analizar estratégicamente la información sobre el mercado de la publicidad digital con base en las fuentes de financiación disponibles en un contexto de competencia.



| | | |
|---|------------------------------|------------------------------|
| RE14 - Evaluar los cambios que puede suponer en un medio periodístico una estrategia de marketing digital basada en el branded content, la publicidad programática y el análisis profesional del marketing de influencia para la creación de valor. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Sesiones presenciales virtuales | 45 | 100 |
| Recursos didácticos audiovisuales | 18 | 0 |
| Estudio del material básico | 180 | 0 |
| Lectura del material complementario | 135 | 0 |
| Trabajos y casos prácticos | 84 | 0 |
| Test de evaluación | 12 | 0 |
| Talleres prácticos virtuales | 12 | 16.7 |
| Tutorías | 48 | 30 |
| Examen final | 6 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje. | | |
| Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante. | | |
| Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo. | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Participación del estudiante | 0.0 | 20.0 |
| Trabajos, talleres y/o casos | 20.0 | 40.0 |
| Test de evaluación | 0.0 | 20.0 |
| Examen final | 60.0 | 60.0 |
| NIVEL 2: Prácticas Académicas Externas | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Prácticas Externas | |
| ECTS NIVEL 2 | 6 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| | 6 | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |



| | | |
|--|---|---------------------------------|
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Prácticas Académicas Externas | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Prácticas Externas | 6 | Cuatrimestral |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| | 6 | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| 5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE | | |
| Denominación de la asignatura | RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS ASIGNATURAS | |
| Prácticas Académicas Externas | BÁSICOS | CB6, CB7, CB8, CB9, CB10 |
| | GENERALES | RG3, RG5, RG6 |
| | ESPECÍFICOS | RE2, RE7, RE9, RE18, RE20, RE21 |
| | TRANSVERSALES | RT1, RT2 |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Prácticas Académicas Externas</p> <p>El Máster está orientado al ámbito empresarial. Consecuentemente, el complemento a la formación práctico-teórica de las enseñanzas que se imparten es realizar un trabajo en una empresa concreta. El estudiante cuenta con un tutor en el centro que supervisa el correcto desarrollo de las tareas que se le asignen, y mantiene las relaciones pertinentes con el profesor designado por la UNIR quienes, en régimen de colaboración, velan por la óptima formación del alumno.</p> <p>Los detalles de las tareas a desarrollar por el estudiante durante la estancia en la empresa son fijados por el Tutor del centro de Prácticas, de acuerdo con el proyecto formativo facilitado por la Universidad. El objetivo es que el estudiante se especialice en algún aspecto concreto de este Máster, aplicando en la realidad, las competencias que ha adquirido en el resto de las materias. En cualquier caso, los estudiantes realizan alguna de las siguientes tareas en el desarrollo de las prácticas académicas externas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integración en el trabajo diario de la redacción digital • Participación en proyectos de periodismo y visualización de datos • Elaboración de infográficos interactivos • Participación en proyectos de periodismo visual y multimedia • Creación y edición de <i>newsletters</i> • Participación en la creación y edición de podcasts • Elaboración de contenidos para las distintas redes sociales • Análisis de la audiencia de la web • Elaboración de la estrategia SEO del medio | | |



- Participación en el plan de marketing digital del Proyecto periodístico
- Plan de captación y retención de suscriptores digitales
- Elaboración de proyectos en el área de *Big Data* del medio
- Participación en los proyectos de *branded content* para clientes
- Definición e impulso de nuevos productos digitales
- Participación en los planes de negocio digital del medio

Las prácticas se realizan en distintos medios de comunicación con los que la Universidad dispone de un convenio de colaboración. Los recursos concretos disponibles para la realización de las prácticas se detallan en el apartado 6 de la memoria.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

En relación a la actividad formativa "Estancia en Centro", su presencialidad depende de la opción elegida por el estudiante pudiendo realizar estas prácticas de manera virtual o físicamente en el centro. En el caso de que el estudiante elija la opción virtual o de teletrabajo, existirá una presencia síncrona entre estudiante y tutor de prácticas en el centro, que dependerá de las tareas o proyectos realizados por el estudiante en el centro de prácticas, no pudiendo ser cuantificada *a priori*.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.

RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

RE18 - Conocer y respetar las normas deontológicas de la profesión periodística ante los retos que supone el ámbito digital.

RE21 - Ser capaz de evaluar el funcionamiento del negocio mediático mediante el análisis de la relación con los usuarios y con los anunciantes.

RE20 - Aplicar herramientas y técnicas avanzadas de periodismo y escritura periodística digital, incluido el periodismo móvil y la construcción de historias interactivas.

RE2 - Ser capaz de desarrollar habilidades comunicativas avanzadas mediante el uso de técnicas de narrativa periodística avanzada, incluida la visualización y la verificación de datos.

RE7 - Capacidad de definir estrategias para la distribución efectiva de contenidos mediante el uso profesional del marketing digital en los proyectos periodísticos digitales.

RE9 - Desarrollo de estrategias digitales avanzadas que generen contenido significativo (inbound marketing) para los usuarios de un medio periodístico, y promuevan el incentivo y gestión del contenido generado por los usuarios (UGC).

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
|--|-------|----------------|
| Sesiones presenciales virtuales | 3 | 100 |
| Estancia en Centro | 126 | 100 |
| Redacción de la memoria de prácticas | 24 | 0 |
| Lectura de documentación del centro de prácticas | 12 | 0 |
| Tutorías (Prácticas) | 15 | 100 |

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES



Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.

Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.

| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
|---|-------------------------------|-----------------------|
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Evaluación con base en el informe del tutor externo | 40.0 | 40.0 |
| Memoria de prácticas | 60.0 | 60.0 |
| NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Trabajo Fin de Grado / Máster | |
| ECTS NIVEL 2 | 12 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| | 12 | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| LISTADO DE ESPECIALIDADES | | |
| No existen datos | | |
| NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Trabajo Fin de Grado / Máster | 12 | Cuatrimestral |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| | 12 | |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 10 | ECTS Cuatrimestral 11 | ECTS Cuatrimestral 12 |
| | | |
| LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE | | |
| CASTELLANO | CATALÁN | EUSKERA |



| | | |
|-----------------|-------------------|------------------|
| Sí | No | No |
| GALLEGO | VALENCIANO | INGLÉS |
| No | No | No |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

| Denominación de la asignatura | RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS ASIGNATURAS | |
|-------------------------------|--|------------------------------|
| Trabajo Fin de Máster | BÁSICOS | CB7, CB8, CB9, CB10 |
| | GENERALES | RG1, RG3, RG4, RG5 |
| | ESPECÍFICOS | RE15, RE16, RE18, RE19, RE20 |
| | TRANSVERSALES | RT1, RT2 |

5.5.1.3 CONTENIDOS

Trabajo Fin de Máster

Como última materia, el máster cuenta con la realización del Trabajo Fin de Máster de 12 créditos ECTS. En esta materia el estudiante desarrolla un trabajo que ponga en práctica las competencias adquiridas durante el curso y en el que demuestre su adquisición teórica y práctica adquirida en el máster.

El Trabajo Fin de Máster permite el desarrollo de un trabajo final relacionado con la planificación de un negocio periodístico digital, con la relación de un medio digital con los usuarios y su análisis, con el *branded content*, o con la implementación de un producto periodístico digital.

Así, el estudiante en el Trabajo Fin de Máster puede desarrollar un proyecto original en el ámbito del periodismo digital en el que:

1. Idear y preparar el lanzamiento de un sitio web informativo.
2. Crear una agencia especializada en contenidos para redes sociales.
3. Definir un proyecto de aplicación informativa.
4. Idear y preparar el lanzamiento de un *podcast*.
5. Definir y preparar el lanzamiento de una *newsletter* especializada.
6. Crear una agencia especializada de *branded content*.
7. Elaboración de un plan de *engagement* de la audiencia.
8. Elaboración de un proyecto digital de periodismo de investigación.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

De acuerdo con el Real Decreto 822/2021, la defensa pública del Trabajo Fin de Máster tiene carácter obligatorio.

El trabajo fin de máster se realiza individualmente o de manera grupal, con el seguimiento continuo por parte de un profesor-director de TFM, durante la elaboración del mismo. En este máster se justifica la inclusión de la posibilidad de realizar el Trabajo Fin de Máster de manera grupal, debido a que la profesión periodística también implica trabajar de manera coordinada con distintos departamentos y compañeros, por lo que podría llevarse a cabo un TFM grupal atendiendo a la realidad profesional.

Elaboración, defensa y evaluación de trabajos grupales de fin de máster

Elaboración

En el caso de que el Trabajo Fin de Máster se realice en grupo, se deberá incluir un apartado específico sobre la organización del grupo dónde se especifiquen las partes en las que se ha dividido el trabajo, los objetivos y responsables de cada una de ellas y los mecanismos de coordinación entre los miembros del grupo.

El director del TFM asegurará un correcto **seguimiento individual** de cada uno de los integrantes del grupo a través de **tutorías individuales (3 horas)**. Prestará especial atención a verificar las tareas individualmente realizadas por cada uno de los miembros y su evolución para asegurar que cada uno de los miembros del grupo avanza adecuadamente. **Además**, se realizarán **tutorías grupales (3 horas)** con todos los componentes de modo que se pueda garantizar el avance adecuado (tanto individual como grupal) y ajustes del proceso. Estas tutorías servirán de mecanismo corrector para los obstáculos que se puedan observar pudiendo el director del TFM reasignar tareas si el trabajo final se pudiese ver comprometido.

El estudiante que no cumpla la planificación de trabajo comprometida, podrá ser objeto de apercibimiento de expulsión del grupo por parte de su director del trabajo. La persistente falta de colaboración e incumplimiento por parte de alguno de los integrantes del grupo, previamente constatada por el director de TFM y después del correspondiente apercibimiento, podrá tener como consecuencia la expulsión del equipo. El estudiante que resulte expulsado pasará a la realización de un trabajo realizado de manera individual.

En caso de que un estudiante por, cualquiera que sea la causa, hubiera de abandonar un TFM grupal y con el fin de no generar daños al resto del grupo, el Director/Coordinador del título o la Comisión Académica del título, será la encargada de gestionar la reorganización del grupo y de las tareas que



queden pendientes de entrega. Así mismo, deberán garantizar la asignación de un nuevo director para el estudiante que hubo de abandonar el grupo, pudiendo encomendarse esta tarea a la propia Comisión Académica o Director/Coordinador del título.

Defensa y evaluación

El director de un TFM en grupo debe realizar el informe de autorización de forma individual para cada uno de los componentes del grupo, teniendo en cuenta para ello el seguimiento individual que haya realizado de cada uno de ellos. Por ello, cabe la posibilidad de que no todos los miembros del equipo obtengan autorización para defensa.

Durante la defensa cada miembro del grupo presentará una de las partes, aunque se podrán dirigir las cuestiones que se consideren oportunas a cualquiera de sus componentes o solicitar a cualquier miembro que defienda y explique cualquier parte.

La calificación final se hará de manera individual a cada uno de los componentes del grupo, teniendo en cuenta sus aportaciones al trabajo final y la defensa individual de la parte que haya defendido y las contestaciones a las cuestiones planteadas.

Cabe recordar, según se indica en la ficha de la materia y en el apartado 5.1, que para el trabajo fin de máster la ponderación de los sistemas de evaluación, es la siguiente:

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN |
|---|-------------|
| Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster | 20 % |
| Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster | 30 % |
| Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster | 50 % |

La **evaluación final** tiene dos componentes: uno individual y otro grupal.

Individual:

"Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster". Representa el 30 % de la calificación final y refleja la exposición y defensa individual que el miembro del grupo realice.

"Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster". Representa el 50 % de la calificación final y refleja la calificación que la Comisión evaluadora realiza de la parte del trabajo bajo responsabilidad del estudiante.

De este modo, la calificación individualizada supone el 80 % de la evaluación final.

Grupal:

"Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster". Representa el 20 % de la calificación final y, dado que, la estructura del TFM es única, será la misma calificación para todos los miembros del grupo.

De este modo, la calificación grupal supone el 20 % de la evaluación final.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.

RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

RE18 - Conocer y respetar las normas deontológicas de la profesión periodística ante los retos que supone el ámbito digital.

RE19 - Crear narraciones visuales y multimedia que puedan generar audiencia en el marco del periodismo digital.

RE16 - Desarrollar proyectos de escritura periodística digital basados en herramientas y técnicas de Storytelling.

RE20 - Aplicar herramientas y técnicas avanzadas de periodismo y escritura periodística digital, incluido el periodismo móvil y la construcción de historias interactivas.



| RE15 - Elaborar un trabajo original, presentarlo y defenderlo, consistente en un proyecto en el ámbito del periodismo digital aplicado en el que se integren los conocimientos adquiridos. | | |
|---|--------------------|--------------------|
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Sesión inicial de presentación de Trabajo Fin de Máster | 2 | 100 |
| Lectura de material en el aula virtual (TFM) | 5 | 0 |
| Tutorías (TFM) | 6 | 100 |
| Sesiones grupales de Trabajo Fin de Máster | 3 | 100 |
| Elaboración del Trabajo Fin de Máster | 342 | 0 |
| Exposición del Trabajo Fin de Máster | 2 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante. | | |
| Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo. | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster | 20.0 | 20.0 |
| Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster | 30.0 | 30.0 |
| Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster | 50.0 | 50.0 |



6. PERSONAL ACADÉMICO

| 6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS | | | | |
|--|---|---------|------------|---------|
| Universidad | Categoría | Total % | Doctores % | Horas % |
| Universidad Internacional de La Rioja | Ayudante | 50 | 0 | 50 |
| Universidad Internacional de La Rioja | Profesor Adjunto | 30 | 100 | 30 |
| Universidad Internacional de La Rioja | Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud) | 20 | 100 | 20 |
| PERSONAL ACADÉMICO | | | | |
| Ver Apartado 6: Anexo 1. | | | | |
| 6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS | | | | |
| Ver Apartado 6: Anexo 2. | | | | |

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

| 8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS | | |
|--|--------------------|----------------------|
| TASA DE GRADUACIÓN % | TASA DE ABANDONO % | TASA DE EFICIENCIA % |
| 0 | 0 | 0 |
| CODIGO | TASA | VALOR % |
| No existen datos | | |
| Justificación de los Indicadores Propuestos: | | |
| Ver Apartado 8: Anexo 1. | | |
| 8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS | | |
| Según el Real Decreto 822/2021, este apartado no figura en el modelo de memoria para la solicitud de verificación del plan de estudios de un título universitario oficial indicado en el Anexo II. | | |

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

| | |
|--------|---|
| ENLACE | http://www.unir.net/universidad-online/manual-calidad-procedimientos/ |
|--------|---|

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

| 10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN | |
|----------------------------------|------------------|
| CURSO DE INICIO | 2023 |
| Ver Apartado 10: Anexo 1. | |
| 10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN | |
| No aplicable | |
| 10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN | |
| CÓDIGO | ESTUDIO - CENTRO |

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

| 11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO | | | |
|-----------------------------|---------------|-----------------|-----------------------|
| NIF | NOMBRE | PRIMER APELLIDO | SEGUNDO APELLIDO |
| 50091143H | Víctor | Padilla | Martín-Caro |
| DOMICILIO | CÓDIGO POSTAL | PROVINCIA | MUNICIPIO |
| Avenida de la Paz, 137 | 26006 | La Rioja | Logroño |
| EMAIL | MÓVIL | FAX | CARGO |
| virginia.montiel@unir.net | 676614276 | 902877037 | Decano de la Facultad |
| 11.2 REPRESENTANTE LEGAL | | | |



| NIF | NOMBRE | PRIMER APELLIDO | SEGUNDO APELLIDO |
|--|---------------|-----------------|--------------------------------|
| 24236227T | Juan Pablo | Guzmán | Palomino |
| DOMICILIO | CÓDIGO POSTAL | PROVINCIA | MUNICIPIO |
| Avenida de la Paz, 137 | 26006 | La Rioja | Logroño |
| EMAIL | MÓVIL | FAX | CARGO |
| virginia.montiel@unir.net | 676614276 | 902877037 | Secretario General |
| El Rector de la Universidad no es el Representante Legal | | | |
| Ver Apartado 11: Anexo 1. | | | |
| 11.3 SOLICITANTE | | | |
| El responsable del título no es el solicitante | | | |
| NIF | NOMBRE | PRIMER APELLIDO | SEGUNDO APELLIDO |
| 16609588T | Virginia | Montiel | Martín |
| DOMICILIO | CÓDIGO POSTAL | PROVINCIA | MUNICIPIO |
| Avenida de la Paz, 137 | 26006 | La Rioja | Logroño |
| EMAIL | MÓVIL | FAX | CARGO |
| virginia.montiel@unir.net | 676614276 | 902877037 | Responsable de programas ANECA |



Apartado 2: Anexo 1

Nombre :2_Justificacion_completo.pdf

HASH SHA1 :7B9256E2E48421ABC857BF0C0520925E79F59E0A

Código CSV :631976217373462872333610

Ver Fichero: 2_Justificacion_completo.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre :8.2_completo.pdf

HASH SHA1 :0CC4AB01D6F170889B382815CE3DB755DF4C162A

Código CSV :626469078559007812744381

Ver Fichero: 8.2_completo.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :4.1_completo.pdf

HASH SHA1 :2466AEB09DC1C3D406B8DA8964A9D96C7DEF7F88

Código CSV :617583785304313062384568

Ver Fichero: 4.1_completo.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :5.1 Profesorado.pdf

HASH SHA1 :67D3F5DC3E222B2CA3500F5948A29B5904582367

Código CSV :626470084232590380283653

Ver Fichero: 5.1 Profesorado.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre :5.2_completo.pdf

HASH SHA1 :71C82396C22C3685DE42481EBEBF5700FCEA7D82

Código CSV :617564951692224726770671

Ver Fichero: 5.2_completo.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre :6_completo.pdf

HASH SHA1 :E64BBA688D908156C844D89D2C3D87DB5AFE7324

Código CSV :626468524822081594191496

Ver Fichero: 6_completo.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :Apartado_NO_APLICA.pdf

HASH SHA1 :54BEE0F3790496C2F8F75CCFC98FB87463F3BD9A

Código CSV :585575985327345711279413

Ver Fichero: Apartado_NO_APLICA.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre :7. Cronograma de implantación.pdf

HASH SHA1 :B63D8EEDC4BE21559C2FE3FC436A62A0205D6361

Código CSV :585577755577726348481613

Ver Fichero: 7. Cronograma de implantación.pdf



Apartado 11: Anexo 1

Nombre :Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf

HASH SHA1 :099E6C9A530C21FFFC35AEA5C5B63084DD73B982

Código CSV :585580539445772668487309

Ver Fichero: Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf



