



crearte

Curso en

Gestión de Contenidos Digitales y Periodismo Online

El objetivo principal de este programa es proporcionar conocimientos, capacitación y habilidades suficientes para gestionar contenidos digitales en una empresa, organización o institución (en el caso de alumnos con perfiles ajenos al mundo de los medios de comunicación), así como añadir aptitudes periodísticas específicas adaptadas a entornos digitales (en el caso de alumnos con formación periodística o de comunicación audiovisual y publicidad).

Dirigido a

El programa va dirigido a egresados universitarios, preferentemente, en situación de desempleo y a emprendedores/as igualmente en situación de desempleo acogidos al sistema de garantía juvenil que deseen perfeccionar y especializar sus capacitaciones profesionales en el terreno puramente periodístico, así como a todos aquellos que, en las mismas circunstancias, se propongan orientar, diferenciar y destacar un perfil profesional más administrativo, comercial o empresarial con capacitaciones directamente relacionadas con la gestión de contenidos.

FORMACIÓN ESPECIALIZADA GRATUITA

Ayudas de hasta 5.000€ a las empresas que empleen profesionalmente a los alumnos



Contenidos

NOCIONES DE PERIODISMO TRADICIONAL Y DIGITAL

- Nociones básicas del periodismo como actividad profesional.
- Nociones básicas de redacción periodística y géneros, tanto escritos como audiovisuales.
- Prácticas de redacción periodística en aula.
- Evolución de la información desde soportes tradicionales a los medios digitales.
- Nuevos medios: nativos digitales y tradicionales, "democracia de la información".
- Lector online y lector offline: nuevas formas de acceder a la información.
- Partes de un medio digital: organización de la información en un medio online.

1

REDACCIÓN DIGITAL: NUEVAS FORMAS DE CONTAR LA INFORMACIÓN

- Redacciones digitales e integradas: Nuevos perfiles en los medios de información.
- Cómo redactar para Internet: Importancia vs actualidad.
- Nuevas formas narrativas: Infografías, videos, galerías.
- Fuentes de información e investigación en Internet.
- Legislación y códigos deontológicos en el tratamiento de la información.
- Periodismo de datos.

2

EL LECTOR ONLINE: NUEVAS FORMAS DE INFORMARSE

- Nuevas formas de relacionarse con la información.
- Fenómeno multipantalla: mobile vs desktop.
- Búsqueda activa de la información: SEO para Google.
- Introducción a las RRSS Estudio anual de las RRSS en España.
- Principales redes sociales. La estrategia de comunicación a través de las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y Youtube. Monitorización y escucha activa en la red.
- Reputación digital. Gestión de Crisis en redes sociales.
- Comunicación interna empresarial y nuevos canales.

3

ANALÍTICA: MEDICIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE DATOS

- Conocer a tu lector: Objetivos del medio y KPIs principales.
- Tiempo real: Cómo tomar decisiones en función de la audiencia.
- Chartbeat y Google Analytics; programas de medición en tiempo real.
- Análisis de datos: Big Data. Cuándo, cómo, a quién y qué publicar en función de los datos recabados.

4

CONTENIDOS AUDIOVISUALES

- Claves del éxito del vídeo digital. Qué es un vídeo digital. Duración y estilo.
- Tendencia en vídeo digital en los Medios. Portales españoles y anglosajones
- Vídeo de calidad para Internet. Nuevos formatos y formato clásico.
- Recursos y herramientas para el vídeo digital. Programas de edición de vídeo.
- Postproducción. Edición de audio. Tipos de cámaras (MEVO, DSLR) y micrófonos. Formatos de vídeo (H264).
- Herramientas online: bancos de audios, fotos, vídeos...
- Creación de vídeo digital (paso a paso). La importancia del storytelling.
- Cobertura audiovisual. La importancia del teléfono móvil. Streaming (4G, Fibra o ADSL). Realización (recolive multicam, Vmix).
- Vídeo en redes: Facebook (Live), Twitter (Periscope), Instagram, Medios exclusivos en redes sociales (Playground).
- Organización Audiovisual en un Medio. Organización humana, equipos técnicos. Gestión de FTP (wetransfer).
- Casos prácticos de vídeos de calidad.
- Taller de fotoperiodismo.

5

PROYECTAR UN MEDIO DIGITAL Y CONTENIDOS ONLINE

- Creación de un nuevo medio de comunicación: ¿cómo hacerlo rentable? Competencia y DAFO.
- Objetivos de un medio y estrategia. Branded content.
- Modelos de publicidad.
- Nuevos modelos de negocio.
- Caso práctico: montar un empleo on line desde cero.

6

EMPLEABILIDAD

- Técnicas y recomendaciones para la búsqueda activa de empleo. Redacción de CV, uso de redes sociales, preparación entrevista de trabajo.

7



Profesores

- **Dirección y coordinación.** Luis M^a Anarte Balanzategui. Portadista y redactor de HOY.ES
- Ángel Ortiz. Director de DIARIO HOY
- Alberto Fernández Juesas. Analista Vocento
- Alfredo Casares. Director de nuevos contenidos en Diario de Navarra
- Antonio Chacón. Jefe de cierre de DIARIO HOY
- Marisa García. Jefa de Fin de Semana de DIARIO HOY
- Celia Herrera. Jefe de Información de HOY.es
- José Orantos. Jefe de Edición, Actualidad y Deportes del DIARIO HOY
- Antonio Horrillo. Webmaster de HOY.es
- Rubén Bonilla. Editor de HOY.es
- María Saavedra. Editora de HOY.es
- Ángela Murillo. Editora de HOY.es
- Cristina Candido. Periodista de datos y exeditora del Diario HOY
- Juan Francisco Caro. Especialista en periodismo de datos y económico ALLISDATA
- Imelda Portillo. Fundadora y directora de PORTOIMELDA
- Maica G Quintanilla. Especialista en RRSS. Socia fundadora de DobleMás
- Antonio Sánchez. Responsable audiovisual de HOY.es
- Lucas Garra. Diseñador gráfico de HOY.es

PREINSCRIPCIÓN

 <http://formacion.hoy.es/>



Edad

Menores de 30 años



¿Cuánto tiempo?

Junio y julio 2017

198 h. lectivas + tutorías personalizadas



Horario (De lunes a viernes)

De 16:00 a 21:00



Docencia 100% presencial

Badajoz. Avenida de Diario HOY, 22