

PROGRAMA DE CURSO		
1. Nombre de la actividad curricular Taller de Proyectos en Periodismo Digital II		
2. Nombre de la actividad curricular en inglés <i>(Nombre de la asignatura en inglés, de acuerdo a la traducción técnica (no literal) del nombre de la asignatura)</i>		
3. Código: PERI20		
4. Carrera: Periodismo		
5. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla Escuela de Periodismo		
6. Área de Formación: Especializada		
7. Carácter: Obligatorio		
8. Semestre: VIII		
9. Año: 2020		
10. Número de créditos SCT – Chile: 6		
11. Horas de trabajo	Presencial: 3	No presencial: 6
12. Requisitos: Taller de Proyectos en Periodismo Digital I		
13. Propósito general del curso: Este curso tiene como propósito adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para implementar y gestionar un proyecto comunicacional y/o periodístico utilizando diversas plataformas y dispositivos digitales. Se relaciona curricularmente con los cursos de Herramientas digitales I y II (V y VI semestre), Taller de Proyectos I (VII semestre)		

Y aporta al perfil de egreso declarado para la carrera de Periodismo a desarrollar Los ámbitos formativos de la carrera son comunicación, investigación y creación, concebidos como espacios que integran y articulan la formación académica con el campo profesional, sea éste escrito, audiovisual, radial y digital. En estos ámbitos es donde formatos y lenguajes se relacionan estrecha y recíprocamente con la construcción de imágenes y representaciones sobre la sociedad. Lo anterior lo realiza a partir de competencias vinculadas al periodismo de investigación, la comunicación organizacional y la creación y gestión de medios.

14. Competencias y Sub competencias a las que contribuye el curso

Ámbito: Creación y Gestión

Competencia

3.1. Construir relatos periodísticos utilizando diversos formatos - escrito, audiovisual, radial, digital y sus convergencias - en contextos históricos y sociales, evidenciando el punto de vista desde el que se construyen los relatos periodísticos y los criterios de realidad y actualidad.

Subcompetencias:

3.1.c. Dimensionar los alcances que esas producciones pueden tener en el espacio público

Competencia

3.2. Gestionar innovaciones sobre la comunicación, en organizaciones públicas, comunitarias y privadas.

Subcompetencias:

3.2.a. Diagnosticar las necesidades comunicacionales de organizaciones públicas, comunitarias y privadas.

3.2.b. Diseñar estrategias comunicativas en organizaciones públicas, comunitarias y privadas.

3.3.c. Implementar un proyecto de medios en distintas plataformas que involucre públicos diversos.

Competencias genéricas:

Capacidad crítica

Responsabilidad Social y Compromiso Ciudadano, contribuyendo positivamente a través de su capacidad de servicio y liderazgo social.

Capacidad de pensamiento creativo, generando ideas y conceptos originales y valorando la innovación y la capacidad de iniciativa.

Compromiso Ético para actuar con integridad en su desempeño intelectual, profesional y comunitario.

15. Resultados de Aprendizaje.

Al finalizar el curso, el o la estudiante será capaz de:

- Relacionar recursos y herramientas para el desarrollo de proyectos de comunicación y periodismo digital.
- Aplicar destrezas para el diseño de contenidos, ejecución y administración de proyectos de comunicación y periodismo digital.
- Manejar aspectos legales y financieros de proyectos comunicacionales y periodísticos en plataformas digitales.
- Aplicar los usos profesionales de las Redes Sociales asociadas a su proyecto.

16. Unidad (es)/ Indicadores de aprendizajes

Nombre de la Unidad	Contenidos	Indicadores de Aprendizaje
Estrategia Digital	Mezcla de medios y canales digitales Métricas digitales para monitorear audiencias y contenidos, objetivos y metas.	Identifica medios y canales digitales estratégicos Analiza métricas digitales

Contenidos para plataformas digitales	Técnicas avanzadas de publicación en CMS Optimización para Motores de Búsqueda Redes Sociales y comunidades virtuales en línea	Implementa contenidos en plataformas digitales
Gestión de Proyectos Digitales	Aspectos legales Modelos de gestión Modelos de monetización Marketing digital	Gestiona proyectos digitales
17. Metodología de Enseñanza y Aprendizaje Para el logro de los resultados de aprendizajes de este curso se desarrollarán diferentes metodologías tales como: - Ejercicios taller. - Elaboración de proyectos digitales por parte de los y las estudiantes.		
18. Evaluación La evaluación del curso consiste en: 1. Evaluación continua que se traduce en la realización de entregas parciales del proyecto (3) 20% cada una. 2. Proyecto final: diseño y producción de un medio digital, proyecto comunicacional digital con foco en temas sociales, culturales, educativos, comunitarios, corporativos, servicios, entre otros 30% 3. Ayudantía: 10% (trabajo práctico y complementario con equipos de trabajo) (Se exige: Nota igual o superior 5,0 y sin nota parcial bajo 4,0 y cumple el 75% de asistencia) Notas parciales: 70% Examen: 30%		

19. Requisitos de Aprobación

Asistencia: 75%

Nota de aprobación: 4,0.

20. Bibliografía Obligatoria.

HALVORSON, Kristina & Rach, Melissa (2012), Content Strategy for the web, New Riders (ebook inglés en pdf)

GOOGLE. Guía para principiantes sobre optimización para motores de búsqueda.

Manfredi, J.L. (2015), Innovación y Periodismo: emprender en la Universidad, Cuadernos Artesanos de la Comunicación (ebook, en pdf)

Knight Center (2011). Conjunto de guías éticas para hacer periodismo en la web. Instituto Poynter y Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas, Austin.

TORNERO, J.M y Tejedor (2014). Escribir para la red. Reflexiones sobre la nueva y vieja escritura informativa 'online'. Facultad de Comunicación Universidad Autónoma de Barcelona. 2014 (ebook en pdf)

21. Bibliografía Complementaria

Mioli, T, Nafria, I (2017), Periodismo innovador en América Latina , Open Society Foundation . Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas, Austin.

Nafría, Ismael (2017). La reinención de The New York Times: Cómo la 'dama gris' del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil. Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas, Austin. (ebook en pdf)

22. Recursos web

Plataforma Sembramedia.org

Plataforma MediaShift.org

Cursos online de herramientas digitales para periodistas Learn: <https://learn.net/courses>

Herramientas para periodistas digitales Fundación Sembramedia:

<https://www.sembramedia.org/recursos/herramientas-para-periodistas-digitales>

HOBO. SEO Tutorial for begginers in 2019. <https://www.hobo-web.co.uk/seo-tutorial/>

MOZ. The begginer´s guide to SEO. <https://moz.com/beginners-guide-to-seo>

YOAST. Online SEO Training. <https://yoast.com/academy/>

https://learndigital.withgoogle.com/activate/courses/digital_marketing

<https://www.publicidadpixel.com/manual-de-identidad-corporativa/>

23. Videos web

Business Model Canvas para un medio digital

<https://www.sembramedia.org/recurso/modelo-de-negocios/>