

PROGRAMA DE MATERIA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Prácticas Informativas Digitales				
CENTRO ACADÉMICO:	Centro de Ciencias Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	Comunicación e Información				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	Tercero	CLAVE DE LA MATERIA:	27563
ÁREA ACADÉMICA:	Comunicación e Información Pública		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Agosto - Diciembre	
HORAS SEMANA T/P:	2HT/3HP		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Ambientes Combinados		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Teórico - Práctica	
ELABORADO POR:	MAV E. Vladimir Guerrero Cortés				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Comunicación e Información Pública		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Agosto 2021	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Descripción: Curso teórico-práctico que aborda la producción de información en medios digitales y redes sociales. Profundiza en el conocimiento de las variadas opciones de difundir información y en el aprendizaje de las herramientas para crear contenidos acordes a las necesidades de cada plataforma, así como en la medición del impacto de los contenidos publicados.

Esta materia tiene como antecedentes las asignaturas de Introducción a la Práctica Periodística, Análisis de Redacción de Géneros Periodísticos y apoya en la formación de los estudiantes para su aplicación en producciones radiofónicas y/o audiovisuales, Comunicación Social y Comunicación Política, así como en el Seminario de integración.

A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Objetivo: Al finalizar el curso, el estudiante desarrollará habilidades para producir contenidos periodísticos de manera profesional y adaptada al contexto social actual de medios digitales con innovación, calidad y ética.

PROGRAMA DE MATERIA

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO DIGITAL		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que el estudiante conozca el desarrollo del periodismo digital, así como la figura del periodista y el futuro del periodismo electrónico	1.1. El periodismo electrónico como medio de comunicación 1.1.1. Origen y evolución 1.1.2. Características, ventajas e inconvenientes 1.2. La figura del periodista digital 1.3. Presente y futuro del periodismo electrónico	3, 4, b, d, g
UNIDAD TEMÁTICA II: LA REDACCIÓN DEL PERIODISMO DIGITAL		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que el estudiante aprenda y ponga en práctica los diferentes estilos de redacción usados en el periodismo digital	2.1. Reglas de redacción y normas de estilo en Internet 2.2. El uso de titulares en los medios online 2.3. El lenguaje hipertextual 2.4. Estudios de caso: prensa digital nacional y extranjera 2.5. Recursos para los redactores de contenidos digitales	3, 4, 6, o, p
UNIDAD TEMÁTICA III: GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA RED		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que el alumno conozca y practique los géneros más característicos del periodismo digital usando las nuevas tecnologías de información y comunicación.	3.1. El reportaje multimedia e interactivo 3.2. La Infografía dinámica e interactiva 3.3. La entrevista interactiva 3.4. Las narraciones transmedia 3.5. Introducción al Streaming de contenidos	3, 4, 6, r, s

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir **N/A**

PROGRAMA DE MATERIA

UNIDAD TEMÁTICA IV: DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE UN PORTAL INFORMATIVO		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que el alumno diseñe e implemente un portal web informativo utilizando las herramientas de gestor de contenidos y/o WYSIWYG	4.1. Entorno de trabajo 4.2. Estructura del documento HTML 4.3. Código fuente 4.4. Propiedades del documento 4.5. Cabeceras 4.6. Tipografías 4.7. Alineación 4.8. Vínculos y enlaces ancla 4.9. Creación de formatos y hojas de estilos CSS 4.10. Elementos multimedia: imágenes, audio y vídeo 4.11. Nomenclatura de archivos 4.12. Paletas de color RGB 4.13. Maquetación Del documento 4.14. Widgets con iframe 4.15. Mapas sensitivos 4.16. Qué es un gestor de contenidos <ul style="list-style-type: none"> 4.16.1. Instalación 4.16.2. Estructura 4.16.3. Plantillas 4.16.4. Configuración y personalización de estilos 4.16.5. Elementos multimedia 4.16.6. Trabajar en el escritorio 4.23. Editor WYSIWYG 4.22. Publicación y mantenimiento de sitios web	1, 2, c, g, h, i, k
UNIDAD TEMÁTICA V: POSICIONAMIENTO WEB Y COMMUNITY MANAGEMENT EN LA PRENSA DIGITAL		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que el alumno conozca y ejecute las técnicas de posicionamiento en la red, así como el papel del community manager y las redes sociales digitales en un sitio informativo digital	5.1. Motores de búsqueda 5.2. Indexación de contenidos 5.3. Criterios de Google 5.4. Posicionamiento en buscadores 5.5. Estrategias SEO 5.6. La figura del Community Manager <ul style="list-style-type: none"> 5.6.1 Uso y administración de las redes sociales digitales en el periodismo digital 5.7. Branding y reputación digital	4, 5, 1, 2, q, n, m, k

PROGRAMA DE MATERIA

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso será trabajado en forma teórico práctico, En equipos y en algunas ocasiones de forma individual, los alumnos diseñaran y producirán material audiovisual de corta duración como complemento del contenido informativo del portal web. También se utilizara la plataforma Moodle siendo esta la única vía de entrega de trabajos, para complementar la parte teórica, complementar la participación con foros de discusión y para la entrega de los trabajos prácticos. Se utilizará la plataforma teams para la creación de equipos de trabajo para los portales digitales informativos, así como para las videoclases.

RECURSOS DIDÁCTICOS

- Artículos y ensayos sobre periodismo digital
- Fragmentos videograbados que ejemplifiquen los contenidos del curso
- Presentaciones digitales
- Páginas web y recursos virtuales
- Asesorías por equipo.
- Análisis de casos
- Editores y gestores de contenidos web

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

PRIMER PARCIAL (30% de la calificación final)

- | | |
|--|-----|
| - Examen Teórico | 60% |
| - Ejercicios / Tareas entregados en tiempo y forma en Aula Virtual | 40% |

SEGUNDO PARCIAL (30% de la calificación final)

- | | |
|--|-----|
| - Creación y mantenimiento de portal informativo | 80% |
| - Ejercicios / Tareas entregados en tiempo y forma en Aula Virtual | 20% |
| - | |

EVALUACIÓN FINAL (40% de la calificación final)

- | | |
|--|-----|
| - Trabajo Final | 50% |
| - Mantenimiento y creación de contenido para el portal informativo | 50% |

NOTA: Para que el alumno tenga derecho a calificación final, deberá haber presentado en tiempo y forma todas las evaluaciones

PROGRAMA DE MATERIA

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Toriz Flores Fernando Gilberto (2012), Tecnologías de Información y Comunicación (Tic) En México, Eae Editorial Academia Española.
2. Lance Hudgins, Linus Bohman (2014), Wordpress Simplificada: Su Guía Completa de WordPress Para Construir un Sitio Web; Allday promotions.
3. Gabriel Jaraba (2015) Periodismo en internet / Internet journalism: Como escribir y publicar contenidos de calidad en la red; Robinbook
4. José Alfocea García, José Alfocea García (2015) El impacto de las nuevas tecnologías en la creación, difusión y acceso de contenidos digitales: Presente y futuro del mundo de la información. Amazon Mexico Services, Inc.
5. Moreno, M. (2017). El gran libro del community manager: técnicas y herramientas para sacar partido a las redes sociales y triunfar en social media. Barcelona: Gestión 2000.
6. Pérez Soler, S. (2018). Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

COMPLEMENTARIA:

- a) AMORÓS GARCÍA, M. 2018. Fake news: la verdad de las noticias falsas. Barcelona: Plataforma Editorial.
- b) ARMENTIA VIZUETE, J.I. 2000. El diario digital: análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios. Barcelona: Bosch.
- c) CAIRO, A. 2008. Infografía 2.0: visualización interactiva de la infografía en prensa. Madrid: Alamut Ediciones.
- d) FLORES, J.M. 2017. Los elementos del ciberperiodismo. Madrid: Síntesis.
- e) GUALLAR, J. y LEIVA-AGUILERA, J. 2013. El content curator. Guía Básica para el nuevo profesional de internet. Barcelona: Editorial UOC.
- f) 12
- g) LOPEZ, X. 2013. Ciberperiodismo en la proximidad. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- h) LÓPEZ, G. 2015. Periodismo digital. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- i) LÓPEZ, G. 2015. Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio. Salamanca: Comunicación Social.
- j) MANOVICH, L. 2005. El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital. Barcelona: Paidós.
- k) NOGERA, J. 2015. Crear un blog con Wordpress: la guía definitiva para la creación de webs profesionales con Wordpress. Createspace.
- l) PÉREZ, J. 2010. Cómo escribir claro. Barcelona: Editorial UOC.
- m) PES, C.J. 2013. Fundamentos del SEO. Autoedición.

PROGRAMA DE MATERIA

- n) PRAT, M. 2016. Posicionamiento web.EN.
- o) SALAVERRÍA, R. 2005. Cibermédios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- p) SALAVERRÍA, R. 2005. Redacción periodística en Internet. Pamplona: EUNSA.
- q) SÁNCHEZ, Y. y TELLADO, F. 2014. Wordpress 4.0 la tela de la araña. Anaya.
- r) TASCÓN, M. 2012. Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales.
- s) VILAMOR, J.R. 2000. Redacción periodística para la generación digital: los grandes cambios técnicos, económicos y culturales exigen profundas transformaciones en el campo del periodismo. Madrid: Editorial Universitas.