

[máster
en Gestión y Dirección de Medios
en Internet]

PROGRAMA
CURSO 2008-2009

PARTE I: LAS BASES DE LOS NUEVOS MEDIOS PERIODÍSTICOS EN RED

- Módulo 1: La red como estrategia de innovación y futuro para los medios de comunicación
 1. Las bases del nuevo modelo de comunicación digital
 2. El impacto de Internet en los medios tradicionales
 3. Características básicas y ventajas de la digitalización de la información
 4. Integración de herramientas y recursos
 5. Multiplicidad de medios
 6. Los principales modelos de medios en Red

- Módulo 2: Nuevas plataformas, redes y tecnologías para los medios en Internet
 1. Arquitecturas de plataformas tecnológicas y servidores para la Web 2.0
 2. Redes de banda ancha, ADSL, redes de fibra, de móviles, inalámbricas...
 3. Software propietario y software libre
 4. Nuevas herramientas de edición y distribución
 5. Tecnologías RSS y otras herramientas de agregación

PARTE II: CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE UN MEDIO EN INTERNET

- Módulo 3: Redacción y producción informativa de un medio digital
 1. Creación y articulación de una redacción para un medio virtual
 2. La gestión del conocimiento en una Redacción digital
 3. La Redacción como cliente y servidor de información
 4. El periodista de un medio en red: funciones, carácter polivalente, etc
 5. Nuevas formas de Newsmaking y de uso y tratamiento de fuentes
 6. La producción informativa externa: agencias, bancos de imagen, agregadotes de contenidos, redes de noticias, blogs, comunidades virtuales de información...

- Módulo 4: Creación y diseño web de un medio periodístico innovador
 1. Elección y configuración de la plataforma tecnológica adecuada para la Web 2.0
 2. Arquitectura de la información: estructura, modelos de navegación...
 3. Diseño gráfico, usabilidad y creación de interfaces
 4. Creación o lección del gestor de contenidos

5. Herramientas para el trabajo hipertextual
6. Herramientas de agregación (RSS), personalización, publicación de blogs
7. Herramientas de participación: comunidad virtual, publicación abierta...

PARTE III: FINANCIACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL DE UN MEDIO EN LA RED

- **Módulo 5: Modelos de negocio, audiencias y promoción de los medios en Red**
 1. La publicidad digital. Tipos, enlaces, publicidad viral, etc
 2. Los patrocinios
 3. La venta de información Premium a agregadores. Espacios o paquetes informativos por encargo
 4. Alianzas para creación de sistemas de comercio electrónico
 5. Estrategias de promoción y difusión del medio en la red: buscadores, intercambios, sindicaciones con otros medios
 6. Métodos de medición de audiencias

- **Módulo 6: Cómo garantizar y gestionar una empresa mediática en Internet**
 1. El plan estratégico para la creación de un medio en Red
 2. Estructura de la organización
 3. Gestión de recursos técnicos y humanos
 4. La administración económica
 5. Aspectos jurídicos de la empresa digital

*La dirección del Máster se reserva el derecho de introducir modificaciones en este programa, si lo estima oportuno.