

Contenidos

Tema 1: El nuevo escenario de la comunicación digital

Tecnologías emergentes para una nueva sociedad

La sociedad de la información y los desinformados

Nuevas tecnologías y nuevas formas de resolver problemas: una explicación

La brecha digital y su secreto

Nativos digitales: un mito convincente

Tema 2: Nosotros, el medio. Como las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información (I)

El periodismo participativo. Definición y contexto

De qué hablamos cuando hablamos de periodismo participativo

¿Por qué participamos? Principios de uso del periodismo participativo

Las reglas de participación del periodismo participativo

Tema 3: Nosotros, el medio. Como las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información (II)

Implicaciones del periodismo participativo para los medios y el periodismo

Beneficios potenciales del periodismo participativo

¿El futuro? La posible respuesta de los medios

Tema 4: La función del community manager

La importancia del "Social Media Marketing"

La función del community manager

Las responsabilidades del community manager

Habilidades del perfil

Herramientas del día a día del community manager

Tema 5: La función del periodista en red

Introducción. Las habilidades básicas del periodismo en red

Escribir para la red. Principios generales

El uso de recursos en Internet

Algunas herramientas del día a día del periodista en red

Tema 6: Nueva era en la comunicación comercial audiovisual: el marketing viral

Introducción: formatos tradicional vs nuevas formas de comunicación

El marketing viral como técnica de comunicación comercial: de los orígenes a los sneezars o propagadores de la información

Características de un plan de marketing viral

Ejemplos paradigmáticos en el marketing viral

Conclusiones

Tema 7: La publicidad en Internet: situación actual y tendencias en la comunicación con el consumidor

Introducción: la irrupción de Internet

La publicidad interactiva: percepción del consumidor

Estrategias a través de buscadores: la publicidad interactiva preferida por los anunciantes

Tendencias y otras formas de comunicación con el consumidor

Conclusiones

Tema 8: La identidad visual corporativa en Youtube. Un estudio de caso.

Introducción

La identidad visual corporativa (IVS)

Hipótesis y metodología

Análisis y resultados

Conclusiones

Tema 9: Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales

Introducción

Los medios en las redes sociales

Hipótesis y metodología

Resultados y discusión

Conclusiones

Tema 10: Newsgames ¿Otra forma de hacer periodismo?

¿Qué son los newsgames? Fórmulas para explicar la realidad

Tipos de newsgames