

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 1	<b>Tema 1. El nuevo escenario de la comunicación digital</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Tecnologías emergentes para una nueva sociedad 1.3. La sociedad de la información y los desinformados 1.4. Nuevas tecnologías y nuevas formas de resolver problemas: una explicación 1.5. La brecha digital y su secreto 1.6. Nativos digitales: un mito convincente 1.7. Referencias bibliográficas		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,05 puntos cada una)  Test tema 1 (0.1 puntos)	
Semana 2	<b>Tema 2. Periodismo digital</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. El periodismo participativo. Definición y contexto 2.3. Principios de uso del periodismo participativo 2.4. Las reglas de participación del periodismo colaborativo 2.5. Implicaciones del periodismo participativo 2.6. Ejemplos del periodismo participativo 2.7. Referencias bibliográficas		Test tema 2 (0.1 puntos)	
Semana 3	<b>Tema 3. Escenarios profesionales en la comunicación digital</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Desafío de la convergencia multimedia 3.3. Nuevos perfiles y competencias	Trabajo: Habilidades y funciones del periodismo multimedia (0.5 puntos)	Test tema 3 (0.1 puntos)	
Semana 4	<b>Tema 4. La función del periodista en Red</b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Introducción. Las habilidades básicas del periodismo en Red 4.3. Escribir para la Red. Principios generales		Foro: Elaborar de manera colaborativa un documento con los 50 periodistas (nacional e internacional) más influyentes de Internet (0.45 puntos)	
Semana 5	<b>Tema 4. La función del periodista en Red (continuación)</b> 4.4. El uso de recursos en Internet 4.5. Algunas herramientas del día a día del periodista en Red		Test tema 4 (0.1 puntos)	Lectura: ¿Eres un periodista en la Red? (1 puntos)
Semana 6	<b>Tema 5. Identidad digital: marca personal y reputación online</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Definición del concepto de marca personal 5.3. ¿Cuáles son los beneficios del posicionamiento de la marca personal o reputación? 5.4. Principios básicos que tener en cuenta para crear una marca personal conocida y reconocida			
Semana 7	<b>Tema 5. Identidad digital: marca personal y reputación online (continuación)</b> 5.5. ¿Cómo funciona un programa de posicionamiento o reputación (personal branding)? 5.6. Manifiesto de marca personal	Trabajo: Plan de marca personal (0.5 puntos)	Test tema 5 (0.1 puntos)	
Semana 8	<b>Semana de Repaso</b>			

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 9	<b>Tema 6. Los periódicos en las Redes Sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales</b> 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Introducción 6.3. Los medios en las Redes Sociales 6.4. Hipótesis y metodología 6.5. Resultados y discusión 6.6. Conclusiones 6.7. Referencias bibliográficas		Foro: ¿Qué estrategias en Redes Sociales recomendarías a los medios de comunicación y por qué? (0.45 puntos) Test tema 6 (0.1 puntos)	
Semana 10	<b>Tema 7. La función del community manager</b> 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. La importancia del «Social Media Marketing» 7.3. La función del community manager 7.4. Responsabilidades del community manager 7.5. Habilidades del perfil 7.6. Herramientas del día a día del community manager	Trabajo: ¿Cómo lo harías? (0.5 puntos)	Test tema 7 (0.1 puntos)	
Semana 11	<b>Tema 8. Creación y gestión de contenidos digitales</b> 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Marketing de contenidos: definición 8.3. Díez mandamientos del marketing de contenidos 8.4. ¿Cómo llegar a mi público objetivo? 8.5. ¿Dónde y cómo buscar contenidos para el marketing de contenidos? 8.6. Beneficios de marketing de contenidos en Redes Sociales 8.7. Ideas para realizar acciones de marketing de atracción 8.9. Comercialización de marketing de contenidos 8.10. ¿Cómo creo una estrategia de contenidos? El marketing de contenidos en diez preguntas que responder 8.11. Principales diferencias ente Inbound y outbound marketing 8.12. Cuatro maneras de crear contenido para impactar en audiencias cualificadas		Test tema 8 (0.1 puntos)	
Semana 12	<b>Tema 9. Audiencias digitales</b> 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? ¿Quién es quién en la medición y auditoría de audiencias online? 9.2. Nacimiento e historia de la medición online en España 9.3. Evolución en la medición de audiencias: del log al tag 9.4. Los principales sistemas de medición online 9.5. El principio de un consenso de mercado	Trabajo: Análisis de las audiencias de una página web (0.5 puntos)		
Semana 13	<b>Tema 9. Audiencias digitales (continuación)</b> 9.6. Empresas medidoras de audiencias gratuitas y de pago 9.7. ¿Qué datos puedo conocer del tráfico de mi web? 9.8. Datos públicos y privados en la medición de audiencias		Test tema 9 (0.1 puntos)	
Semana 14	<b>Tema 10. Publicidad digital</b> 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? ¿Quién vela por el mercado publicitario español? 10.2. Estudios de inversión publicitaria en España 10.3. Publicidad digital versus publicidad tradicional 10.4. Variables de tarifa publicidad digital 10.5. Formatos publicitarios 10.6 Modelos de compra de publicidad			Lectura: Publicidad online. Claves del éxito en Internet (1 puntos)

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 15	<b>Tema 10. Publicidad digital (continuación)</b> 10.7. Gestión de compra de espacios 10.8. Planificación de campañas 10.9. ¿Qué debemos saber de los medios? La pirámide de la audiencia 10.10. Dónde planificar mi campaña 10.11. Inversión en SEM (Adwords, Yahoo, Miva, etc.) 10.12. La publicidad en Redes Sociales		Test tema 10 (0.1 puntos)	
Semana 16	Semana de exámenes			