

PROFESORADO y PROGRAMA DEL MASTER

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS:

Profesores: M^a JOSE TOMÉ
JOSÉ VICENTE MERINO

Programa:

Tema 1. El lenguaje periodístico y su evolución en el tiempo: de la imprenta al mundo audiovisual y digital. Talleres prácticos. El alumno trabaja sobre las diferentes realidades del lenguaje periodístico, aplicando sus conocimientos a los distintos medios de comunicación.

Tema 2. La noticia en tiempos de Twitter: un concepto que cambia día a día. Los nuevos valores informativos en tiempos de periodismo ciudadano y masivas redes sociales. Talleres prácticos. Calidad y velocidad redaccional adecuadas a cada medio. El alumno pone en práctica los nuevos valores del medio informativo, con especial atención al periodismo ciudadano y de participación.

Tema 3. Escribiendo en un entorno multimedia. Como se elabora un reportaje cuando se planifica para prensa convencional, radio, televisión y ediciones digitales. Talleres prácticos. A la hora de desarrollar un reportaje, el alumno no piensa en un solo medio. Planifica su trabajo en función de un mundo multimedia que incluye audio y video.

Tema 4. La entrevista de carta al destinatario. Planificar y escribir una entrevista que será, al mismo tiempo un texto escrito, cortes de audio y video, así como contenido hipertextual. Talleres prácticos. El trabajo periodístico de la entrevista refleja un aspecto esencial de la tarea periodística que exige una planificación diferente, pensando siempre en un mundo multimedia.

Tema 5. Los nuevos géneros del periodismo hoy. Del mensaje Twitteado al videoblog, pasando por el Chat. Características de los nuevos lenguajes y géneros. Talleres prácticos. Los nuevos lenguajes y los nuevos modelos. El periodista de hoy es ya un periodista multimedia. Su trabajo abarca ya todas las opciones disponibles y debe cambiar su mentalidad profesional.

GESTIÓN DE MEDIOS (Periodismo Económico)

Profesor: MANU ALVAREZ

Programa:

Tema 1. Management. Gestión avanzada de la empresa informativa.

Tema 2. Planificación estratégica. Organización empresarial y liderazgo.

Tema 3. Gestión del conocimiento. La cultura de la empresa. Recursos humanos. Innovación y desarrollo.

Tema 4. Dirección Financiera. Cash-Flow y flujos en la empresa informativa. Comercialización y marketing.

Tema 5. Project Management. La gestión por proyectos. La gestión de la comunicación.

CONTROL DE CALIDAD LINGÜÍSTICA Y TEMÁTICA

Profesora: IRENE BARBERÍA

Programa:

Tema 1. El Lenguaje de los medios. Niveles de análisis. Se trata de analizar de forma pormenorizada el lenguaje utilizado en los medios de comunicación y comprender su nivel de adecuación a las necesidades de lectores, usuarios, escuchantes o telespectadores.

Tema 2. Sistemas de control de calidad lingüística en los medios. Adecuación del idioma en Radio y Televisión. La calidad redaccional es una exigencia básica para los medios de comunicación que, únicamente se puede lograr mediante el establecimiento de adecuados sistemas de control de calidad.

Tema 3. Los distintos lenguajes comunicacionales. Lenguajes particulares en economía, política, tribunales, etc. El lenguaje informativo no es único ni invariable; debe responder a situaciones diferentes que el alumno deberá conocer y utilizar de forma adecuada.

Tema 4. Individuo y sociedad. Socialización y grupos humanos. El sistema social. Estratificación, poder y representación

Tema 5. El entorno político. La información política en los medios de comunicación. Claves Informativas, utilización del lenguaje. Notas de prensa y ruedas de prensa. Los medios como vehículo de comunicación entre formaciones políticas.

Tema 6. El ecosistema informativo. Los nuevos roles informativos en un entorno multimedia. Calidad y rigor informativo en los nuevos medios: Web, blogs, redes sociales, etc.

EDICIÓN GRÁFICA E INFOGRAFÍA MULTIMEDIA

Profesores: JUAN IGNACIO FERNÁNDEZ
GONZALO DE LAS HERAS

Programa:

Tema 1. Edición Gráfica en Ediciones Multimedia. Información y fotografía. Abstracción, iconicidad y comunicación visual. Criterios de funcionalidad y estética.

Tema 2. Tratamiento de Documentos Gráficos. Criterios generales de selección. Edición fotográfica y puesta en página. Talleres prácticos.

Tema 3. Periodismo Iconográfico. Códigos y criterios visuales.

Tema 4. La infografía. Orígenes y desarrollo. Mapas, diagramas, secuencias temporales, news, perspectivas, axonométrico. Talleres prácticos.

Tema 5. Nuevas tecnologías. Digitalización y tecnología "Flash" para animación de gráficos. Talleres prácticos.

GESTIÓN MULTIMEDIA PARA LA EDICIÓN DIGITAL

Profesores: IKER ALAVA (METHOD)
M^a JOSÉ CANTALAPIEDRA
MARA RODRÍGUEZ

Programa:

Tema 1. El mensaje periodístico en la era digital. Evolución de los medios digitales (Prensa, Radio y Televisión) en paralelo al desarrollo de Internet. Del primer volcado de contenidos a la actualidad. Terminología Dreamweaver, Methode, gestores multimedia para la edición multimedia de imágenes, vídeo y audio. Participación y PHP. Talleres Prácticos. Básica.

Tema 2. Gestión de la Información. Formatos diferenciados de noticias, y jerarquización en las portadas. Compaginación de dos valores fundamentales: inmediatez y relevancia.

Tema 3. Herramientas de Trabajo. Dreamweaver, Methode, gestores multimedia para la edición multimedia de imágenes, vídeo y audio. Participación y PHP. Talleres Prácticos.

Tema 4. Cobertura Informativa de un hecho noticioso relevante. Gestión de una gran cantidad de datos recibidos en diferentes formatos y posibilidades de presentación. La constante actualización. Talleres Prácticos.

Tema 5. Arquitectura de la Información Digital. Tablas, imágenes de sustitución, puntos de fijación, estilos css, barras de navegación, menús desplegados. Uso de plantillas en HTML y FTP. Talleres Prácticos.

Tema 6. Especiales Informativos. Características propias de los especiales informativos y confección de uno propio. Usabilidad de las páginas web. Empleo coherente de los recursos aprendidos en HTML. Talleres Prácticos.

Tema 7. Manejo e interpretación de estadísticas. Inserción de código en el HTML para recabar datos sobre usuarios únicos y páginas vistas. Google analytic Inserción de código en el HTML para recabar datos sobre usuarios únicos y páginas vistas. Google analytics. Talleres Prácticos.

Tema 8. Nuevas formas de comunicación. El papel de los medios de comunicación en las redes sociales. Manejo profesional de Twitter, Facebook, Google Wave y Tweetdeck.

PRODUCCIÓN Y PROYECTOS EDITORIALES EN MEDIOS IMPRESOS

Profesores: AINGERU GINAUT
JOSÉ VICENTE MERINO

Programa:

Tema 1. La producción editorial. Conceptos y topologías editoriales. Definición y objetivos. Taller práctico. Análisis en profundidad sobre los diferentes modelos a aplicar en la creación editorial para medios impresos. Taller Práctico: edición de un periódico de 32 páginas en tiempo real.

Tema 2. La planificación de un proyecto editorial. Aspectos económicos, culturales, organización y presentación. Taller práctico. Un proyecto editorial debe dirigirse hacia un entorno muy concreto y enfocarse hacia públicos precisos. En este sentido, los aspectos culturales y sociales son fundamentales. Asimismo, se deberá tener una propuesta clara para financiar el producto. Taller Práctico: edición de un periódico de 40 páginas en tiempo real.

Tema 3. El proyecto editorial en medios impresos. La edición de diarios: modelos de análisis y casos prácticos. Talleres prácticos. Cada medio impreso necesita un enfoque diferente. No es lo mismo el lanzamiento de un periódico diario de información general, que de una revista, un diario gratuito, etc. Taller práctico: edición de un periódico de 48 páginas en tiempo real.

Tema 4. La elección de un soporte. La producción en papel; edición e impresión digital. Talleres

prácticos. En el mundo actual de la edición, un profesional debe conocer todas las fortalezas y debilidades de cada uno de los soportes sobre los que puede vehiculizar su proyecto editorial. Taller práctico: edición de memoria anual de una empresa del IBEX

Tema 5. El diseño editorial en prensa diaria y revistas. El control de la tipografía, la ilustración y el color. Talleres prácticos. El diseño editorial es un punto fundamental en la edición de cualquier medio de carácter periodístico. La aplicación de elementos tales como la tipografía, con la elección de fuentes y cuerpos, como la ilustración (fotografía, gráficos, infografía, etc.) y el uso del color y sus aspectos visuales decorativos y simbólicos. Taller práctico: edición de un suplemento fin de semana en tiempo real.

Tema 6. El uso avanzado de las herramientas multimedia en el entorno de la producción editorial en medios impresos. Talleres prácticos. Para realizar cualquier proyecto editorial es necesario contar con una serie de herramientas multimedia que permitan su proceso de producción y dominar su uso y aplicaciones. Talleres prácticos: pieza para la WebTV de una edición digital en tiempo real.

Tema 7. La gestión de recursos económicos, humanos y editoriales en un periódico diario. Taller práctico. En un periódico, como en cualquier empresa, la gestión de los recursos es absolutamente necesaria. En este caso concreto, la gestión del soporte humano de una redacción es fundamental. Taller práctico: edición de un periódico económico en tiempo real.

Tema 8. La comercialización editorial. Distribución, canales y puntos de venta. Taller práctico. Una vez conseguido el producto hay que promocionarlo y comercializarlo. Conocer los canales y puntos de venta para que ese producto llegue a los usuarios para los que ha sido concebido. Taller práctico: edición de un periódico diario de 48 páginas, editado e impreso en rotativa en tiempo real. Tirada 1500 ejemplares.

AREAS TEMÁTICAS

<u>Profesores:</u>	Periodismo Político	ADOLFO LORENTE
	Periodismo Científico:	LUIS A. GÁMEZ
	Documentación:	JESÚS OLEAGA
	Periodismo Cultural:	CESAR COCA
		IÑAKI ESTEBAN
		OSKAR BELATEGUI
		JOSÉ ANTONIO MINGOLARRA
	Periodismo Deportivo:	ANGEL PEREDA
		JON AGUIRIANO
	Gabinetes Comunicación:	IGOR DEL BUSTO
		LEIRE ITURREGUI

Programa:

Tema 1. Producción informativa por áreas. Realidades en Estados Unidos y Europa. De las antiguas secciones de "Local" a "Metro" y las realidades de "Ciudadanos", "Vivir" o "Actualidad". El periodismo temático del día a día.

Tema 2. Periodismo de Servicio. Una exigencia del cliente. Los nuevos contenidos y su segmentación por áreas temáticas son hoy una exigencia ineludible para los medios de comunicación.

Tema 3. Consolidación de la red como referente Temático. Las ediciones digitales, las webs y los sitios, constituyen nuevas y avanzadas versiones de la división temática de la información.

Tema 4. Modelos y soportes de la información digital. Nuevas presentaciones y nuevos contenidos. La Web TV. La nueva mezcla de contenidos.

Tema 5. Las redes sociales como referentes temáticos. Twitter y Facebook. El mercado se apodera de la información.

RADIO INFORMATIVA

<u>Profesores:</u>	RAMÓN BUSTAMANTE (Radio INFORMATIVOS)
	PATXI HERRANZ (Radio MAGAZINE)

Programa:

Tema 1. Medio radio. Aspectos teóricos y técnicos avanzados de la comunicación eléctrico-hertziana. Teoría y práctica se mezclan durante todo el curso con numerosos ejercicios diseñados por los profesores y que ponen en valor el trabajo en equipo, el conocimiento de la actualidad y las peculiaridades del lenguaje radiofónico. Todo ello con el objetivo de familiarizar a los alumnos con una redacción que trabaja día a día en los medios de comunicación.

Tema 2. Locución en Radio. Cualidades y educación de la voz. Prosodia y pronunciación. Sonidos consonánticos y vocálicos. Taller Práctico: Ejercicios para colocar la voz, ejercicios de acento y simulación de locución. Discursos improvisados.

Tema 3. Producción. Elementos de la producción radiofónica. El sonido y el lenguaje radiofónico. Taller Práctico: Divididos en equipos, los alumnos se organizan para conformar redacciones que trabajan en tiempo real para enfrentarse a uno de los aspectos diferenciadores del medio radiofónico; la mediatez. Realizaremos cada día, ejercicios de redacción de noticias, titulares, comentarios... buscando las claves teóricas que se esconden tras la información radiofónica. Aprenderemos a escribir para leer, para locutar.

Tema 4. Contenidos. Preparación, valoración y selección de la información en radio. Organización de los contenidos. Caracterización del lenguaje informativo en radio. Taller Práctico: Nos enfrentaremos a las peculiaridades del lenguaje y el estilo radiofónico, a la elaboración de noticias, de boletines informativos, de entrevistas, a la recopilación de fuentes, organización y dirección de debates, presentación y conducción de magazines informativos.

Tema 5. Información. Elaboración de la información en radio. Fuentes y géneros informativos en radio; Programas informativos en radio; Programación y continuidad. Taller Práctico: En todas las clases, divididas en grupo reducidos para que el seguimiento del profesorado sea continuo, los alumnos experimentan en primera persona las diferencias existentes en la elaboración de las noticias dependiendo de la sección; los distintos lenguajes, expresiones y locuciones que se utilizan en cada una de ellas.

Tema 6. Radio Digital. De la comunicación analógica a la radio digital. La informatización en las redacciones de radio. La radio digital (DAB).

TELEVISIÓN INFORMATIVA

Profesores: TERESA BENEITEZ (TV MAGAZINE)
ANA M^a MOCHALES (TV INFORMATIVOS)
TERESE MENDIGUREN (LOCUCIÓN)
UNAI IZQUIERDO (Seminario TV: Gestualidad)

Programa:

Tema 1. Televisión 2.0. Televisión 2.0: de la creatividad individual a los canales científicos. La información audiovisual profesional en la red. Una tecnología cambiante para nuevos usos sociales.

Tema 2. Plataformas profesionales de la TV. Gestión de canales, mantenimiento de parrillas, continuidad, directos y control de audiencias. Cualidades de emisión hasta la alta definición.

Tema 3. Contenidos y formatos para IPTV. Adaptación a los nuevos usos sociales de la comunicación y a la audiencia potencial. Límites Legales. Taller Práctico.

Tema 4. Sinergias de IPTV. La TV de movilidad (Mobile TV); Enlaces con Redes Sociales e Interactividad. Taller Práctico.

Tema 5. Locución en TV. Cualidades y Educación de la Voz. Ejercicios prácticos de Relajación, Respiración, Articulación y Entonación. Lectura frente a las cámaras. Talleres Prácticos.

Tema 6. Producción Audiovisual para Informativos y Programas. Presentación; Reportero en la calle; Informativos en Directo; Programas Grabados y Elaboración de Información especializada para IPTV. Talleres Prácticos.

T F M (TRABAJO FIN DE MASTER)

Justificación

El Trabajo Fin de Máster responde a la necesidad de conocer, al finalizar el período lectivo del máster, si el alumno/a ha asimilado los conocimientos suficientes para superar el mismo. Asimismo, al tratarse de un máster profesional, dicho trabajo va encaminado a demostrar, en la práctica, las competencias y destrezas que el alumno/a ha adquirido y desarrollado durante el curso y que han de capacitarle para acceder al mercado laboral con una acreditada preparación. Con este fin, el trabajo se estructura como un encargo profesional que pueda ser presentado a un medio de comunicación, para su publicación.

Competencias

El alumno deberá ser capaz de presentar un reportaje multimedia sobre un tema de actualidad informativa. El TFM deberá ser presentado en soporte papel, de 2 a 6 páginas de periódico o suplemento fin de semana, soporte digital o audiovisual acompañado por sus correspondientes audio y vídeo, de forma que pueda ser visionado tanto para TV como Radio o WebTV.

Contenidos

Antes de realizar el TFM el alumno deberá consensuar el tema con su profesor de Producción de Contenidos. Se consideran temas apropiados cuales quiera que tengan que ver con política, economía, sociedad, cultura, deportes. En todo caso el trabajo deberá responder a los niveles de calidad y rigor para que pueda ser publicado en un medio de comunicación.

Actividades formativas: todas las disciplinas del Master están orientadas a realizar un adecuado TFM pero especialmente 2 asignaturas sirven de apoyo a este proyecto: Producción Editorial y Producción de Contenidos.

Sistema de Evaluación

El TFM mantiene una doble evaluación tanto por los Profesores de Producción y Proyectos Editoriales como los de Producción de Contenidos. Se valoran los siguientes apartados: 1.Originalidad del tema; 2.Utilización de las fuentes; 3.Calidad redaccional; 4.Valorción ética; 5.Calidad y originalidad del Diseño. La Evaluación final formada por el Profesor Tutor y 2 profesores de Produc. Edit y Contenidos.

PRACTICUM (OBLIGATORIOS ENTRE 2 MESES / 3 MESES)

Justificación

Las prácticas en el Máster están estructuradas en dos fases. Una primera en la que las mismas forman parte de las asignaturas que necesitan de su desarrollo. Es decir, de Diseño y Edición, de Radio y de Televisión. Durante el curso lectivo estas prácticas se llevan a cabo en los laboratorios e instalaciones propias y exclusivas del Máster (detalladas anexo1), sin contacto con ningún medio de comunicación profesional y son dirigidas por los profesores del postgrado.

Es en una segunda fase cuando los alumnos se ponen en contacto con la realidad profesional y realizan prácticas en medios de comunicación. Estas prácticas son de carácter obligatorio y forman parte de la formación integral de los alumnos. Es por eso que están consideradas como una materia diferenciada, asignatura plena e independiente, y se les asigna un número de créditos que han de ser superados por los alumnos.

Las prácticas, desarrolladas durante tres meses (julio, agosto y septiembre), pueden ser

solicitadas directamente por los alumnos a un medio de comunicación. A lo largo de la historia del Máster han sido varios los alumnos que han realizado las prácticas en medios de comunicación elegidos por ellos mismos. Sin embargo, al ser obligatorias, en caso de que el alumno no consiga una plaza el Máster se encarga de conseguirle una, bien dentro del Grupo Vocento o fuera del mismo, tanto en medios de comunicación como en gabinetes de prensa.