DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Periodismo Digital
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Comunicación Audiovisual (PGR-COMUNICA)
GRUPO: 2526-T1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Optativa (OP)
ECTS: 6,0
CURSO: 4º
TEMPORALIDAD: 2º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: JOSÉ DAVID ÁLVAREZ ALONSO
EMAIL: jdalvarez@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Jueves a las 13:00 horas

CV DOCENTE:

David Álvarez Alonso es Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia de Salamanca. Ha trabajado como redactor jefe, presentador y editor de informativos en Castilla y León Televisión, además de presentar magacines y otros programas. También ha trabajado como presentador de informativos en la Televisión de Castilla-La Mancha. Ha sido director de revistas especializadas en Zamora. En radio, ha colaborado en programas locales de la Cadena SER. Además, es guionista y locutor de documentales. Ha realizado y dirigido varios cortometrajes y también ha participado como actor en distintas obras de teatro.

CV PROFESIONAL:

David Álvarez Alonso es Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia de Salamanca. Ha trabajado como redactor jefe, presentador y editor de informativos en Castilla y León Televisión, además de presentar magacines y otros programas. También ha trabajado como presentador de informativos en la Televisión de Castilla-La Mancha. Ha sido director de revistas especializadas en Zamora. En radio, ha colaborado en programas locales de la Cadena SER. Además, es guionista y locutor de documentales. Ha realizado y dirigido varios cortometrajes y también ha participado como actor en distintas obras de teatro.

CV INVESTIGACIÓN:

Miembro del grupo de investigación Diprodocus (Dirección y Producción de Documentales) de la UEMC dirigido por Francisco José García Gómez.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Periodismo Digital es una asignatura orientada al conocimiento por parte del alumno de las diferentes técnicas que se utilizan en la grabación y emisión de secuencias audiovisuales así como en la emisión en soporte digital de las mismas. El alumno contrastará, con los recursos puestos a su alcance, las diversas opciones de redacción, grabación, edición y postproducción de diversos géneros periodísticos que también tendrá que diseñar y plantear para proceder a su publicación digital en una aula habilitada para ello y con la

constante supervisión del docente. Todo, para hacer del trabajo final un producto coherente y considerado plenamente periodístico. Este trabajo implica una dedicación 24/7 que hace que el alumno, acompañado en todo momento del docente, sienta la realidad del periodismo.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Periodismo Digital. La Nueva era** : Periodismo Digital. La Nueva era
    1. Tema 1. Principios básicos del periodismo digital. : Tema 1. Principios básicos del periodismo digital.
    2. Tema 2. Tratamiento de contenidos y derechos de autor. : Tema 2. Tratamiento de contenidos y derechos de autor.
    3. Tema 3. El periodista y las agencias de comunicación virtuales. : Tema 3. El periodista y las agencias de comunicación virtuales.
    4. Tema 4. Publicidad online y marketing digital. : Tema 4. Publicidad online y marketing digital.

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

Desde el año 2021, la Universidad Europea Miguel de Cervantes es pionera en España en la utilización de una plataforma de comunicación global como es TikTok para asentar sobre ella y, casi de manera íntegra, la asignatura de Periodismo Digital. Aunque el alumno recibe y complementa sus conocimientos con otros tipos de plataformas (como las habituales de los medios de comunicación de masas al uso) no es sino con TikTok, con la que demuestra que es posible, capaz y eficaz la puesta en marcha de la comunicación y el periodismo en esta otra vertiente. Así, y de manera grupal, y diariamente, se publican videos relacionados con la actualidad o con aquellos temas interesantes, bien marcados por el docente o bien con el consenso de los propios alumnos que ejercen los roles de editores, redactores, reporteros y responsables de las publicaciones. Todo este trabajo es diario, por las exigencias de la plataforma y su complicado logaritmo para que sea efectivo y llegue al mayor número de usuarios, y seguido en todo momento (no importa ni el día ni la hora) por el docente y el resto del grupo. El alumno hace suya una asignatura por completo, implicándose desde el primer momento y sintiendo la libertad de elaborar con un grupo de compañeros un medio digital periodístico.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

En el aula se elaboran las pautas de publicaciones, el libro de estilo, el propio canal desde cero, las tipografías y todo lo que tiene que ver con la identidad del medio. Siempre, eso sí, teniendo en cuenta las propias características especiales de TikTok que hacen de esta una oportunidad para conocerla y poder desarrollarla. El alumno podrá, con lo adquirido en clase, enfrentarse en una entrevista de trabajo cualquiera y de manera eficaz a la pregunta de si sabe o no manejar esta plataforma que todas las empresas tienen ya como parte ellas, pero no todas saben manejar. Así, conjugamos el aprendizaje de los entresijos de una plataforma como TikTok con la labor periodística que, como alumnos de 4º curso, deben tener asimilada y poder poner en marcha. Esta oportunidad es única para ellos porque pueden elaborar su propio medio de comunicación en una red tan peculiar como esta.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
- CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
- CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG08. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético en la práctica profesional
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE83. Capacidad y habilidad para establecer el plan de marketing: fijar los objetivos comerciales, definir el público objetivo, plantear las estrategias, controlar el presupuesto de marketing entre otras tareas propias de este perfil
- CE84. Capacidad de ver y comprender las características estéticas desarrolladas con el uso de las tecnologías de la información y comunicación

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Elaborar piezas informativas en soporte digital.
- Utilizar los distintos recursos multimedia para la producción de textos periodísticos en la red.
- Editar y organizar contenidos en un entorno web.
- Mantener un espacio digital con información actualizada.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Suárez Villegas, Juan Carlos (2016): Desafíos éticos en el periodismo digital. Editorial Dykinson, S.L.. ISBN: ISBN 13: 978-84-9085-978-0
- Manuel Campo Vidal (2018): Eres lo que comunicas. RBA Libros. ISBN: ISBN-13: 978-8490568248
- Belén Andueza López, Rosa Pérez Arozamena, Beatriz Sanjurjo Rebollo (2015): Periodismo Digital y Televisivo. Un reto profesional y de innovación docente en la Universidad. Dykinson; Edición: 1ª ed.. ISBN: ISBN-13: 978-8490854730
- Guillermo López García (2015): Periodismo digital. Redes, audiencias y modelos de negocio. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones; Edición: 3. ISBN: ISBN-13: 978-8415544937
- Susana Pérez-Soler (2017): Periodismo y redes sociales. Claves para la gestión de contenidos digitales: 527. Editorial UOC, S.L.; Edición: 1. ISBN: ISBN-13: 978-8491169864

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Suárez Villegas, Juan Carlos (2016): Desafíos éticos en el periodismo digital. Editorial Dykinson, S.L.. ISBN: ISBN 13: 978-84-9085-978-0
- Ariane Beyn Judy Radul (2018): Judy Radul - This Is Television. Sternberg Press; Edición: 1. Aufl.. ISBN: ISBN-13: 978-3956794469
- Ismael Nafría (2017): La reinvención de The New York Times: Cómo la "dama gris" del periodismo se está

adaptando (con éxito) a la era de los móviles. CreateSpace Independent Publishing Platform; Edición: 1. ISBN: ISBN-13: 978-1544822792

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion

rtve(http://rtve.es)
rtve

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

- Documentales, productos televisivos, proyectos audiovisuales de diversa índole, relacionados con la materia y con el ámbito periodístico que se indicarán en el aula cuando corresponda.

- Revistas especializadas en nuevas tecnologías audiovisuales.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Actividades de trabajo presencial: clases presenciales teóricas, en las que se explicarán en el aula los principios teóricos de la disciplina, ilustrados con ejemplos propuestos.

Actividades de trabajo autónomo: estudio individual, teórico y práctico por parte del alumno, complementado por las tutorías individuales en las que el profesor resolverá las dudas existentes.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Actividades de trabajo presencial

1. Dinámica de debate analítico y crítico en gran grupo a partir del trabajo desarrollado en el aula.

2. Presentación de trabajos, en los que el alumno deberá demostrar su capacidad comunicativa.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Actividades de trabajo autónomo y presencial: clases prácticas a desarrollar en el aula, en las que el alumno resuelve ejercicios propuestos por el profesor.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Temas y planificación.

Tema 1. Principios básicos del periodismo digital. (semanas 1 a 4)

Tema 2. Tratamiento de contenidos y derechos de autor. (Semanas de 5 a 7)

Tema 3. El periodista y las agencias de comunicación virtuales. (Semanas 8 a 12)

Tema 4. Publicidad online y marketing digital. (Semanas 13 a 15)

El horario de tutorías individuales para esta asignatura es el jueves a las 13.00 horas.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas 1 (10%)					X											X	X	X
Pruebas Objetivas 1 (10%)						X										X	X	X
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas 2 (10%)							X									X	X	X
Pruebas Objetivas 2 (10%)								X								X	X	X

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas 3 (10%)									X							X	X	X
Pruebas Objetivas 3 (10%)										X						X	X	X
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas 4 (10%)											X					X	X	X
Pruebas Objetivas 4 (10%)												X				X	X	X
Pruebas de respuesta corta 1 (5%)													X			X	X	X
Pruebas de respuesta corta 2 (5%)														X		X	X	X
Pruebas Orales (10%)															X			

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

En el caso de periodismo digital la convocatoria ordinaria responde a la suma de todas las actividades realizadas a lo largo del cuatrimestre y presentadas en este mismo apartado de programación. Es decir, no hay prueba final o examen en convocatoria ordinaria. El alumno obtendrá la nota final después de sumar los porcentajes conseguidos con el trabajo semanal.

En el caso de no superar la prueba de la convocatoria ordinaria con un 50% o más de calificación, el alumno obtendrá como nota final, y en el acta correspondiente de la asignatura, el valor concreto de un 3.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En el caso de la convocatoria extraordinaria, el alumno tendrá que hacer entrega de otros trabajos fijados por el docente en cantidad y forma similar a la ordinaria: pruebas de respuesta corta, larga y de ejecución de tareas para poder ser calificado. En este caso, el valor de la suma de todas las actividades será de un 100%.

En el caso de no superar la prueba de la convocatoria extraordinaria por no obtener un 50% o más, el alumno obtendrá como nota final, y en el acta correspondiente de la asignatura, el valor concreto de un 3.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	10%
Pruebas orales	10%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	40%
Pruebas objetivas	40%