

PROGRAMA DEL CURSO

Creatividad e innovación en los medios digitales y redes sociales. Cód. C16

DIRECTORAS:

Dra D^a Julia Rodríguez Cela y Dra D^a Alicia Parras Parras.

COORDINADOR:

Dr. D. David Alvarez Rivas.

ESCUELA EN LA QUE SE INSCRIBE EL CURSO:

Escuela de Ciencias Sociales.

HORARIO DEL CURSO:

De 9:00 a 14:00 horas, de lunes a viernes.

NÚMERO DE ALUMNOS:

40.

PERFIL DEL ALUMNO:

Estudiantes de grado o posgrado en ciencias de la información y la comunicación (Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Documentación e Información), Marketing, Investigación de mercados, Psicología, Sociología y otras áreas de las ciencias sociales y humanas afines. Profesionales del sector de la comunicación en cualquiera de sus áreas (periodistas, ejecutivos de cuentas, gestores culturales, fotógrafos, diseñadores gráficos, realizadores, etc) que deseen ampliar conocimientos sobre comunicación y creatividad digital.

OBJETIVOS:

- El objetivo general del curso es que el alumno pueda reconocer el panorama actual de los medios de comunicación y las industrias culturales, y los cambios que la denominada filosofía 2.0 han producido en la sostenibilidad económica del sector.
- Conocer las herramientas básicas para crear y gestionar contenido online.
- Comprender de modo teórico-práctico el nuevo modelo de medios de comunicación
- 2.0 gracias a las enseñanzas combinadas de profesores y profesionales del sector del marketing online la fotografía, y prensa.
- Asimilarlos procesos de trabajo con objetivos interdependientes, las sinergias de colaboración y la llamada a la acción para una efectiva comunicación 2.0.
- Comprender del nuevo paradigma de comunicación bidireccional con usuarios activos y participativos, y el papel de fotografía, el periodismo, la documentación, el marketing y el cine en este nuevo escenario sinérgico.

- Conocer las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) aplicadas a la creación y gestión de contenido, y sus ventajas para el desarrollo de proyectos colaborativos.
- Identificar los principios básicos de la comunicación actual y la posibilidad de generar conocimiento colectivo en los entornos comunicativos.

PROGRAMA:

- Introducción del curso, objetivos y competencias.
 - Presentación del curso y los profesores.
 - Método de evaluación.
- Identificar las funciones y las herramientas de la comunicación digital.
 - Introducción. Evolución de los mass media en el siglo XX. Globalización y grupos mediáticos.
 - La comunicación 2.0 y el trabajo colaborativo.
- El desarrollo comunicación digital. Los amos del mundo.
 - La adaptación de medios de comunicación públicos a la digitalización. El caso de la BBC en Gran Bretaña y RTVE en España.
 - Gestionar medios digitales especializados: cómo seleccionar y crear contenido.
 - Publicidad en medios digitales.
- Creación de estrategias digitales en el ámbito de la agencia.
 - Construir un plan de comunicación 2.0: Cómo integrar los medios sociales en su estrategia. Definir los indicadores de medición y de rendimiento (KPIs).
 - Crear oportunidades para la marca: Fanpage de Facebook, cuenta de Twitter, canal de YouTube, Instagram.
 - Trabajar correctamente con una agencia.
- Las relaciones sociales en el entorno digital.
 - Las nuevas herramientas para periodistas: Social Media Releases, Press lists y Pressrooms. La comunidad de influencers: del blogger al youtuber.
 - Montar un evento online: marketing cross-media para diversificar, segmentar y valorar. Crear contenido de marca: el Brand content.
 - Construir y gestionar una comunidad en torno a la marca.
- Ética, valores y reputación en redes sociales.
 - Guía de estilo para las redes sociales.
- Taller práctico: fotografía digital.
 - Disparar, editar y dar significado a la fotografía móvil. Ejemplos de fotógrafos que usan su móvil como herramienta.
 - Aplicaciones para la edición de fotografía digital.
 - Cómo mostrar nuestras fotografías: video, gif, print, galería web.
 - Cómo comunicar nuestras fotos en la red: Flickr, Instagram, Tumblr, Snapchat. Conectividad teléfono-ordenador-correo.
 - Proyecto de galería web.

PROFESORADO:

- D^a Julia Rodríguez Cela, UCM.
- D^a Alicia Parras Parras, UCM.
- D. David Álvarez Rivas, IUDC-UCM.
- D^a Pinar Agudiez Calvo, UCM.
- D. Joan Pedro Caraña, Saint Louis University.
- D^a Marta Hergueta, Está Pasando Agencia.
- D. Davit Ruiz, Fotógrafo freelance.
- D. Iago Fernández, Tentaciones digital de El País.
- D^a Marisa Fatás, Vein Magazine y Fuetmagazine.

