

Licenciatura a en Periodismo Digital

#	Nombre de la materia	créditos	Área de formación	Competencia general del curso	Nombre de las unidades de aprendizaje	Objetivo por unidad	Contenido por unidad
11	Gestión y administración de audiencias y usuarios	12	Área de Formación Básica Particular	El estudiante emplea las redes sociales con fines periodísticos a partir del análisis de las características de las redes, los usuarios y los objetivos que desea lograr con su audiencia, respetando los valores éticos de la profesión.	1. Las redes sociales en el escenario web 3.0	El estudiante identificará las redes sociales y sus características como herramientas en la labor periodística	El Concepto de red social y web 3.0. Tipos de redes sociales. Facebook y Twitter, las mejores herramientas para el periodismo digital
					2. Impacto y penetración de redes sociales en los medios de comunicación	El estudiante examinará el impacto de las redes sociales en el entorno social y en los medios de comunicación.	Presencia e impacto de redes sociales en el entorno. Monitoreo y medición del impacto de redes (Facebook y twitter) sociales de los medios. Estudio de caso
					3. El encargado de redes en la redacción	El estudiante describirá las funciones, responsabilidades y buenas prácticas del encargado de redes sociales dentro de la redacción de un medio periodístico.	¿Qué es y cuáles son las funciones del encargado de redes (conocido como Community Manager)?. Herramientas básicas para el encargado de redes. Modelo ideal de departamento de gestión de redes en la sala de redacción. Casos de éxito en el uso de redes sociales para la innovación, distribución y comunicación de productos periodísticos
					4. La marca digital del periodista. Normas aplicadas al uso de las redes sociales	El estudiante desarrollará pautas para crear una marca digital e integrará un compilado de buenas prácticas para el uso de redes sociales en su medio.	Características que debe tener una marca digital de un periodista. Políticas de uso de redes sociales en medios de comunicación
					5. Utilización de la información tomada de redes sociales	El estudiante validará la información tomada de redes sociales y las aplicaciones que permiten crear productos periodísticos	Herramientas para validar información en redes sociales. Curaduría de contenidos en redes sociales (Storify)