



**Contenidos 2.0
para entornos digitales**

Objetivos

❑ **Objetivo General**

- En este curso se muestran los cambios que se han producido en el desarrollo de las actividades de un editor digital, así como la conveniencia de adaptar los mensajes a los nuevos canales de comunicación.
- Además, se estudian las características de un blog corporativo y la utilidad de las redes sociales para una organización, analizando la relación entre ambos.
- Finalmente, se analizan las oportunidades que ofrece el contenido audiovisual en Internet y el momento en el que se encuentran los contenidos digitales.

Contenidos

50 HORAS	Contenidos 2.0 para entornos digitales
	Módulo 1
	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Tema 1. Nuevos entornos, nuevos contenidos. <ul style="list-style-type: none"> • La redefinición de la comunicación. • Los géneros de la comunicación digital • El mensaje multicanal
	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Tema 2. El blogging y la escritura en entornos digitales <ul style="list-style-type: none"> • Un acercamiento al blogging. • ¿Para qué sirve un blog a una organización? • ¿Cómo debe ser un blog corporativo? • ¿Cómo deben ser los contenidos? • Plataformas de publicación
	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Tema 3. Diseño de un blog corporativo <ul style="list-style-type: none"> • Del blog a la red: El auge de la socialización y el microblogging • ¿Para qué necesita las redes sociales y el micro blogging una organización? • Microblogging: Twitter • Las redes sociales generalistas: Facebook • Las redes sociales profesionales: LinkedIn • La moda de la geolocalización: Foursquare
	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Tema 4. El contenido audiovisual en el entorno digital <ul style="list-style-type: none"> • Las oportunidades del contenido audiovisual en Internet • La fotografía en la red • El vídeo en la red
	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Tema 5. Nuevas narrativas <ul style="list-style-type: none"> • Nuevas maneras de contar una historia
50 horas	1 Módulo y 5 unidades