



Proyecto Formativo Módulo Prácticas Externas

Máster Universitario en Periodismo Digital y Nuevos Perfiles Profesionales

Organización de la asignatura

La asignatura de Prácticas Externas es de carácter obligatorio. La distribución de los 12 créditos asignados se traduce en 300 horas de realización de prácticas. El/la estudiante cuenta con el director del máster como un tutor académico de la asignatura, responsable de supervisar la calidad de las prácticas y de hacer el seguimiento durante su realización, hasta la evaluación de la asignatura a su finalización.

Competencias

Generales

- Capacidad de utilizar el lenguaje periodístico y de comunicar profesionalmente tanto a nivel escrito como a nivel oral.
- Capacidad para desarrollar proyectos periodísticos innovadores.
- Organizar y planificar equipos humanos y procesos de trabajo en el ámbito de la comunicación periodística.
- Utilizar las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (herramientas, soportes y procesos esenciales) para su aplicación profesional.
- Conocer el contexto en el que se desarrolla la profesión periodística, atendiendo especialmente a los cambios tecnológicos y empresariales.
- Gestionar información, proveniente de diversas fuentes, utilizando técnicas de búsqueda, identificación, selección y recogida de información.
- Adaptarse a nuevas situaciones, entornos nuevos o poco conocidos dentro del contexto de la profesión periodística.
- Conocer y respetar las normas deontológicas de la profesión periodística ante los retos que supone el ámbito digital.
- Dominar las técnicas de expresión que capacitan para la presentación en público de proyectos.
- Trabajar de manera colaborativa en el entorno profesional.
- Capacidad para detectar tendencias y analizar críticamente la realidad.
- Receptividad a la innovación y al emprendimiento
- Trabajar siguiendo criterios éticos y deontológicos.

Específicas

- Conocer las tendencias actuales en los sistemas de medios y en el periodismo tanto a nivel nacional como internacional.
- Conocer los modelos de negocio de las empresas periodísticas y detectar los cambios que puedan afectar a la gestión empresarial.
- Capacidad para emprender en el ámbito del periodismo a través de la generación de proyectos propios.
- Aplicar las técnicas de análisis de audiencias en el entorno digital para conocer sus formas de uso y comportamiento mediático.
- Desarrollar estrategias de relación y de fidelización de la audiencia.
- Conocer las transformaciones generadas por la digitalización en la práctica del periodismo profesional.
- Conocer y aplicar las estructuras narrativas, formatos y rutinas de producción periodística transmedia.
- Capacidad para elaborar productos informativos para dispositivos móviles.
- Capacidad para utilizar las redes sociales como soporte de productos periodísticos.
- Capacidad para elaborar información periodística audiovisual para internet.
- Capacidad para elaborar productos periodísticos basados en el análisis y la interpretación (slow journalism).
- Ser capaz de manipular código en los principales lenguajes de desarrollo para la web
- Conocer los elementos técnicos funcionales básicos de un proyecto periodístico para la web
- Conocer las técnicas y herramientas de gestión de la comunicación estratégica.
- Ser capaz de producir contenidos periodísticos para empresas e instituciones (branded content o branded journalism).
- Ser capaz de buscar información tanto en la web profunda como en bases de datos.
- Ser capaz de extraer datos y gestionarlos a través de las técnicas de web scrapping.
- Ser capaz de analizar datos cuantitativos
- Ser capaz de analizar datos cualitativamente.
- Ser capaz de elaborar productos periodísticos a partir del análisis de datos.
- Utilizar los recursos para generar visualizaciones de datos en diferentes soportes y formatos periodísticos
- Ser capaz de diseñar planes de marketing digital aplicados a productos periodísticos en Red que incluyan el uso de técnicas SEO y analítica web.
- Ser capaz de diseñar y realizar proyectos de investigación académicos a partir de los conocimientos adquiridos en el Máster.
- Desarrollar un proyecto periodístico propio a partir de los conocimientos adquiridos en el Máster.
- Aplicar en el trabajo profesional en medios de comunicación los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el Máster.

Salidas Profesionales

Las prácticas profesionales que se realizarán en empresas e instituciones con el propósito de situar en el contexto laboral real los perfiles abordados en el programa formativo del Máster, adaptando las competencias adquiridas a las demandas del mercado de trabajo. De este modo, los/las estudiantes podrán conocer mediante la experiencia directa del mundo profesional las formas de organización del trabajo y los condicionantes de la profesión tal y como se ejerce en los medios profesionales, así

como ejercitar de modo efectivo tareas periodísticas en medios o empresas de comunicación profesionales (prensa, radio, televisión o medios digitales).

Convenios firmados / Entidades colaboradoras

La Universidad Rey Juan Carlos, a través de la **Unidad de Prácticas Externas**, cuenta actualmente con más de 6.000 entidades privadas y públicas para la realización de programas de prácticas de sus alumnos, incrementándose cada año el número de aquellas que desean firmar convenios de colaboración con la URJC.

Algunas de las entidades e instituciones más representativas con las que la URJC mantiene firmados convenios de cooperación educativa para el Máster Universitario en Periodismo Digital y nuevos perfiles profesionales son, entre otras:

DISPLAY CONNECTORS, S.L.
ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL RED.ES
DISCOVERY NETWORKS, S.L.
ASOCIACIÓN ICEA
CORPORACIÓN RTVE, S.A.
DATASOCIAL S.L.
FREMANTLEMEDIA ESPAÑA, S.A.
GALLERY 360, S.L.
LA FÁBRICA DE LA TELE, S.L.
PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.
STORY ADVERTISING, S.L. (ANNIE BONNIE)
TALLER DE EDITORES, S.A.
TRAMITAPP, S.L
AGENCIA EFE, S.A.U., S.M.E.
AIR LIQUIDE HEALTHCARE ESPAÑA, S.L.U.
BLT LAW & TAX, S.L.
CONSULTING NEW CENTURY, S.L.
CONSULTORA DE TELECOMUNICACIONES OPTIVA MEDIA, S.L.
EDICIONES MARKETING Y PUBLICIDAD, S.L.
ENBOCA COMUNICACIÓN CON IMAGEN, S.L.
EYEE ESTUDIOS EMPRESARIALES, A.I.E.
GGTECH ENTERTAINMENT, S.L.
HOTWIRE PUBLIC RELATIONS SPAIN, S.L.
ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES
LA HORA DE LA VERDAD, S.L.
LABDAYS, S.L.U.
LAFARGEHOLCIM ESPAÑA, S.A.U.
MAGNA GLOBAL, S.A.



PLANNER EXHIBITIONS, S.L.
PUBLICACIONES TÉCNICAS PROFESIONALES, S.L.
TINKLE COMMUNICATION, S.L.
20MINUTOS EDITORA, S.L.
EOLO COMUNICACIÓN S.L.
121 PRESS, S.L.
50 & 50 GENDER LEADERSHIP, S.L.
ADESSO SPAIN CONSULTORÍA Y SOLUCIONES TECNOLÓGICAS, S.L.U.
APIVILE, S.L.
ASOCIACIÓN DE APOYO AL PUEBLO SIRIO
ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE GUADALAJARA
ASOCIACIÓN RUMIÑAHUI HISPANO ECUATORIANA PARA LA COLABORACIÓN AL DESARROLLO
ATLAS CLOUD, S.L.
AXEL SPRINGER ESPAÑA, S.A.
C.D.E. TRIATLÓN ZONA DE META
CLUBTURE ADVERTISING, S.L.
DOG COMUNICACIÓN, S.L.
EDGAR JAVIER MERINO VIDANGOSSY (SOLO CRACKS EIRL)
EDICIONES Y PUBLICACIONES ALIMENTARIAS, S.A.
EDITA MAGERIT, S.L.
EDITORIAL EXTREMADURA, S.A.
EDITORIAL LUIS VIVES MARISTAS HERMANOS PROV NORTE
EXTREM DIAMANT S.L.U.
FUNDACIÓN SIGLO DE ORO
GREEN DOG SCHOOL, S.L.
GRUPO C DE COMUNICACIÓN INTERPROFESIONAL, S.L.
GTRES INFORMACIÓN MAS COMUNICACIÓN ONLINE S.L.
INFINITY TALENT, S.L.
JAIME LOPEZ-CHICHERI MIRECKU
K-DIGITAL SOLUTIONS & EVENTS, S.L.
MAHALA COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS, S.L.
MEDIA LED EVENT,S.L.
MEDIACREST ENTERTAINMENT, S.L.
MEDIALUNA COMUNICACIÓN, S.L.
MELBOSS MUSIC, S.L.
MERCADOS Y ESTILOS DE VIDA, S.L.
MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN
NEWLINK CONSULTING AND COMMUNICATIONS SPAIN, S.A.
NEXO EDITORES, S.L.
NOVO LOULAN POWER, S.L.
OCCAM FACTORIA AUDIOVISUAL, S.L.
OMNICOM PUBLIC RELATIONS GROUP, S.A.
PAGELLA POLITICA SRLS



PANORAMA SISTEMAS AUDIOVISUALES, S.L.

PENTACIÓN, S.A.

PRODUCTOS COSMÉTICOS YANBAL, S.A.

RIC SUN ESPAÑA, S.L.

SECCION DEPORTIVA AEM

SELF PIT STOP, S.L.U.

TECALIS SOFTWARE, S.L.

URJC - CENTRO DE INNOVACIÓN EN EDUCACIÓN DIGITAL (CIED)

VIDA EDITORIAL, S.L.

ZINET MEDIA GLOBAL, S.L.