



universidad  
monteávila

# ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

COMITÉ DE ESTUDIOS GENERALES DE POSTGRADO

III Semestre

# AUTORIDADES CENTRALES

## **Consejo Universitario**

### **Rector**

Dr. Joaquin Rodríguez Alonso

### **Vicerrector Académico**

Dr. Francisco Febres Cordero

### **Vicerrectora Administrativa**

Esp. Carolina Arcay de López

### **Presidente Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico**

Mg. Edison Mariño Osuna

### **Presidente del Comité de Promoción Económica**

Mg. José Rafael Suárez Orta

# AUTORIDADES COMITÉ DE POSTGRADO

## **Presidenta del Comité de Estudios de Postgrado**

Esp. Graciela Martellacci  
[gmartellacci@uma.edu.ve](mailto:gmartellacci@uma.edu.ve)

## **Coordinador Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos**

Lic. Melisa Suárez  
[msuarez@uma.edu.ve](mailto:msuarez@uma.edu.ve)

## **Coordinadora Especialización en Evaluación Educativa y en Proyectos Educativos Comunitarios**

Esp. Graciela Martellacci  
[gmartellacci@uma.edu.ve](mailto:gmartellacci@uma.edu.ve)

## **Coordinadora Especialización en Comunicación Organizacional y en Periodismo Digital**

Mg. Claudia Uribe  
[curibe@uma.edu.ve](mailto:curibe@uma.edu.ve) / [eco@uma.edu.ve](mailto:eco@uma.edu.ve) / [epd@uma.edu.ve](mailto:epd@uma.edu.ve)

## **Coordinador Especialización en Derecho Procesal Constitucional**

Esp. Gonzalo Pérez Salazar  
[gonpesaz@gmail.com](mailto:gonpesaz@gmail.com)

## **Coordinador Especialización en Atención Psicoeducativa del Autismo**

## **Coordinador Especialización en Atención Psicoeducativa del Autismo**

Dr. Manuel Aramayo  
[maramayo@uma.edu.ve](mailto:maramayo@uma.edu.ve)

## **Coordinadora Académica**

Mg. Sylvia Silva Sánchez  
[ssilva@uma.edu.ve](mailto:ssilva@uma.edu.ve) / [epa@uma.edu.ve](mailto:epa@uma.edu.ve)

---

# PLAN DE ENSEÑANZA

## I semestre

Sociedad de la Información y Periodismo Digital	2 créditos
Redacción Periodística para Medios Digitales I	2 créditos
Diseño Gráfico y Composición para Proyectos Web I	2 créditos
Nociones de Filosofía y Antropología	1 créditos
Seminario de Trabajo Especial de Grado I	1 créditos

## II semestre

Redacción Periodística para Medios Digitales II	2 créditos
Producción de contenidos multimedia	3 créditos
Ética de la comunicación	2 créditos
Seminario de Trabajo Especial de Grado II	1 créditos

## III semestre

Gestión de Proyectos Digitales de Comunicación	2 créditos
Redacción Periodística para Medios Digitales III	2 créditos
Diseño Gráfico y Composición para Proyectos Web II	2 créditos
Seminario de Trabajo Especial de Grado III	2 créditos
Trabajo Especial de Grado	2 créditos

# LÍNEAS DE TRABAJO

## **1. Producción de contenidos informativos para medios de comunicación en Internet. Periodismo integrador hipertextual y multimedia**

Coordinadora: Prof. Alda Da Silva de Machado

Contenido:

- Arquitectura de la información de medios digitales con productos multimedia e hipertextuales
- Documentación informativa para productos multimedia e hipertextuales
- Comportamiento del usuario ante los contenidos digitales: interactividad, participación activa, consumo de contenidos.
- Evaluación del contenido para medios digitales: usabilidad, unidad y navegabilidad del producto multimedia e hipertextual.
- Lenguaje periodístico en medios digitales: géneros periodísticos, nuevos formatos

## **2. Sociología de las redacciones digitales**

Coordinadora: Prof. María Eugenia de Arias

Contenido:

- Integración de medios de comunicación: estudio de casos y sistematización de experiencias
- Funcionamiento de redacciones digitales: recursos humanos, recursos tecnológicos
- Planificación informativa de un medio de comunicación digital
- Perfil del periodista digital
- Rediseño de la plantilla de redacción para medios digitales asociados a medios tradicionales

## **3. Documentación Multimedia**

Coordinadora: Prof. Marianne Robles de Salas

Contenido:

- Documentación informativa para productos multimedia e hipertextuales
- Competencias del periodista para el uso y aprovechamiento de fuentes de información digital
- Servicios digitales de información para los comunicadores

# REDACCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIOS DIGITALES III

ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

Teoría: 1 H/S

Práctica: 2 H/S

Créditos: 2

Semestre: III

## OBJETIVOS

1. Adquirir las destrezas necesarias para producir textos en lenguaje periodístico atendiendo a las características propias del medio digital.
2. Entender las nuevas formas que han adquirido los distintos géneros periodísticos (noticia, crónica, reportaje, entrevista) como resultado de su uso en los medios digitales.
3. Profundizar en los géneros dialógicos y argumentativos que se usan en la Red: entrevista, foro, chat y encuesta.
4. Conocer el perfil que deben tener los comunicadores sociales para ejercer su rol en los medios digitales y las redacciones integradas.
5. Adquirir destrezas periodísticas para la planificación y producción informativa, fotográfica y audiovisual de infografías.
- 6.- Explorar las posibilidades que brinda el entorno digital para el desarrollo del Periodismo de Investigación y/o de Datos.

Sem	Contenido	Metodología didáctica y evaluación <sup>1</sup>	Bibliografía
1	Introducción	Exposición del profesor	
2-6	I. Géneros periodísticos a) Géneros tradicionales vs. Géneros digitales b) Nodos de información	Exposiciones del profesor y de invitados especiales Prácticas evaluadas Discusiones en clases	Díaz Noci, J. y Salaverría, R. <b>Manual de Redacción Cyberperiodística.</b> <b>Invitada:</b> Yelitza Linares, Directora de Producto y Calidad. Cadena Capriles.
7-10	II. Microescritura a) Titulación b) Boletines c) Twitter d) Relaciones con la Sindicación (RSS) e) Publicidad en Facebook	Exposiciones del profesor Prácticas evaluadas Discusión en clases	<b>Tascón, Mario.</b> Escribir en Internet. Franco, Guillermo. <b>Cómo escribir para la web.</b>

11-12	III. Preparación de guiones a) Podcast b) Video c) Tv d) Infografía	Exposiciones del profesor Prácticas evaluadas Discusión en clases	
13-16	IV. Periodismo de Datos. Herramientas de visualización de información.	Exposiciones del profesor y de invitados especiales Prácticas evaluadas Discusión en clases	Invitado: Especialista en Periodismo de Datos.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje:**

Exposiciones teóricas del profesor.

Discusiones sobre lecturas asignadas.

Realización de prácticas en el laboratorio informático.

### **Evaluación:**

Prácticas en clase.

### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

ABREU SOJO, C. (2003). El periodismo en Internet. Universidad Central de Venezuela. Caracas.

CAIRO, A. (2003) Sailing to the future. Infographics in the internet era. University of North Carolina at Chapel Hill.

CHIMENO, M. (2003). El efecto de los hitos en la infografía interactiva: un estudio comparativo basado en el 11-S. Tesina en la Universidad Pontificia de Salamanca. Facultad de Comunicación.

DÍAZ NOCI, J. (S/F). La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Servicio Editorial Universidad del País Vasco.

DÍAZ NOCI, J; SALAVERRÍA, R (coords.). (2003). Manual de redacción ciberperiodística. Ariel Comunicación. Barcelona.

FLORES VIVAR, J y Arruti, M.A. (2010) Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital. Limusa Noriega Editores. Madrid.

FRANCO, G. (S/F). Cómo escribir para la web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción online. Centro Knight de Periodismo de las Américas. Austin. Texas. Edición de descarga gratuita.

MIJKSENAAR, P. y WESTENDORP, P. (2000) Abrir aquí. Konemann.

SALAVERRÍA, R. (2005). Redacción periodística en Internet. Eunsa. Navarra.

SALAVERRÍA, R. y NEGREDO, S (2008). Periodismo integrado. Convergencia de Medios y Reorganización de Redacciones. Editorial Sol 90. Barcelona.

TASCÓN, M. (Director) (2012). Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundéu BBVA. Galaxia Gutenberg. Círculo de Lectores. Barcelona.

# DISEÑO GRÁFICO Y COMPOSICIÓN DE PROYECTOS WEB II

ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

Teoría: 1 H/S

Práctica: 2 H/S

Créditos: 3

Semestre: III

## Justificación

El diseño y composición de proyectos Web II tiene como eje conductor la infografía, porque ha sido la herramienta de comunicación que se ha adecuado a la evolución del diseño de la información a través de los distintas plataformas tecnológicas desarrolladas para la producción y publicación de contenidos informativos.

## OBJETIVOS

- El objetivo de la materia es aprender el tratamiento de la información para exponerla en géneros como la infografía.
- A lo largo del semestre se desarrolla un proyecto único con una herramienta en línea que seleccionará cada alumno según el tema que elija para el proyecto.
- La materia se evalúa en clase.
- Las asignaciones se realizan en las clases.

Semana	Contenido	Metodología didáctica <sup>2</sup> y evaluación <sup>3</sup>
1	Presentación de la materia. Qué es infografía, Principios, Cuándo usar una infografía.	Clase teórica. Presentación en Prezi y Power Point. Con ejemplos en línea.
2	Claves: esquematizar y explicar. Evolución de la infografía: Tipos + infografía digital (animada, interactiva, multimedia, info videos, Visualización de la información, base de datos)	
3	Características del actual Cyberperiodismo: Interactividad, hipertextualidad y multimedialidad. Tipos de navegación Interacción (instrucción, manipulación, exploración) Navegación y escenas (lineal-horizontal, profundidad-vertical), Multimedia (reportajes)	
4	Herramientas en línea (Prezi, Google maps, Línea de tiempo, Verité).	
5	Herramientas en línea (Infogram, Thinglink). (Código Embed. Lenguaje HTML)	EVALUACIÓN: Entrega de tema
6	Elaboración de un proyecto digital. Definición del tema, recursos a utilizar, definición de herramienta para crearlo (Sugerir temas). Temas: Comparaciones,	

<sup>2</sup> Exposiciones de los invitados y prácticas en Laboratorio.

<sup>3</sup> Ejercicios evaluados



	mapas de ubicación, cómo funciona, cronología, paso a paso, gráficos. Puede ser elaborado con las herramientas en línea (prezi, línea de tiempo o googlemaps, en flash o en bocetos (ilustrador, photoshop, POWER POINT).	
7	El proceso de trabajo (planificación, esquematizar, mapa de navegación, boceto, guión)	Ejercicio en clase. Boceto de escenas y de navegación. Traer recursos como ilustraciones, fotos y textos a utilizar. EVALUACIÓN: Entrega de boceto
8	Elaboración de un proyecto digital.	EVALUACIÓN: Entrega de textos y recursos reales, textos e información concreta
9	Elaboración de un proyecto digital. Ejercicio en clase, montaje del proyecto	Ejercicio en clase. Boceto de escenas y de navegación. Traer recursos como ilustraciones, fotos y textos a utilizar. EVALUACIÓN: Entrega de boceto
10	Elaboración de un proyecto digital. Ejercicio en clase, montaje del proyecto	
11	Elaboración de un proyecto digital.	
12	Elaboración de un proyecto digital.	Ejercicios en clase, montaje del proyecto
13	Elaboración de un proyecto digital.	
14	Elaboración de un proyecto digital.	
15	Montaje de los recursos.	EVALUACIÓN 4: Entrega de trabajo final.
16	Manejo de códigos Embed	

### BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA

- A. PERSIDSKY, *Director 6*. Anaya multimedia, Madrid, España, 1998.
- ABREU SOJO, Carlos, *La infografía periodística*, Fondo Editorial de la Facultad de Humanidades de la UCV,
- ARMAÑANZAS, E., DIAZ NOCI, J. y MESO, K. *El Periodismo Electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Ariel, Barcelona, 1996.
- BARNHURST, K, *El periodismo visual. Paper*. Univ. of Illinois, Urbana,1990.
- BERTIN, Jacques, *La gráfica y el tratamiento gráfico de la información*, Taurus Ediciones, Madrid, 1988.
- BOU BOUZÁ, G, *El guión multimedia*. Anaya, Barcelona, 2003.
- BOU BOUZÁ, G, *El Guión multimedia*. Anaya, Madrid, 1997

- BOZAL, Valeriano, *La ilustración gráfica del XIX en España*. Editorial Alberto Corazón, Madrid, 1979.
- CASTELLARY, Arturo, *Hipercultura visual*. Complutense, Madrid, 1997.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano, *La radio en la convergencia multimedia*. Gedisa, Barcelona, 2001.
- COLLE, R., *Iniciación al Lenguaje de la Imagen*. Ed. Universidad Católica, Santiago, 1993.
- COLLE, R., *Semiología de la imagen*. Esc. Periodismo UC, Santiago, 1982.
- DE PABLOS, José Manuel, *La red es nuestra. El periódico telemático, la revista en línea, la radio digital y el libroweb cambiarán las formas de comunicación social*. Paidós, Barcelona, 2001.
- DÍAZ NOCI, J., *El Periódico Electrónico y el Discurso Informativo Multimedia: Fuentes, redacción y confección*. En Periodistas del siglo XXI- IV Seminario de Periodismo-1997- UPV-EHU- Bilbao.
- DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R. (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel Comunicación. Barcelona, 2003.
- GARCÍA, Mario R., 1998, "Tendencias en comunicación periodística visual", en Revista Latina de Comunicación Social, N.º 3, La Laguna (Tenerife), de marzo, en <http://www.lazarillo.com/latina>
- MORENO MUÑOZ, *Diseño Ergonómico de Aplicaciones multimedia*. Paidós, Barcelona, España, 2000.
- ORIHUELA, J. y SANTOS, M., *Introducción al diseño digital*. Anaya, Barcelona, 2000.
- POGUE, D., *iPod. The missing manual*. O'reilly & Associates. Surrey, 2003.
- RÀFOLS, R. y COLOMER, A., *Diseño audiovisual*. Gustavo Gili, Barcelona, 2003.
- RODERO ANTÓN, Emma, *La radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red*. Ed. Cervantes, Salamanca, 2001.
- ROMERO B, Cira., *Análisis de Entorno, NOTAS del Tercer Congreso de Comunicación Corporativa "Reingeniería del Pensamiento"*. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, 1995.
- SALAVERRÍA, Ramón, *Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental* Publicado en Estudios sobre el mensaje periodístico, n° 7, Universidad Complutense, Madrid, 2001, pp. 383-395.
- VAUGHAN, T, *Todo el poder de multimedia*, McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid, 1994.
- VELOSO, Claudio, *Producción y Edición de Contenidos Online*. Prentice Hall, Buenos Aires, 2001.
- VOUILLAMOZ, Núria, *Literatura e hipermedia. La irrupción de la literatura interactiva: precedentes y crítica*. Paidós, Barcelona, 2000.

# SEMINARIO DE TRABAJO ESPECIAL DE GRADO III

ESPECIALIZACION EN PERIODISMO DIGITAL

Teoría: 0 H/S

Práctica: 2 HS

Créditos: 2

Semestre: III

## JUSTIFICACIÓN

Las ciencias sociales en general y la ciencia de la comunicación en particular ofrecen herramientas para la aproximación al objeto de estudio. Esas técnicas facilitan el conocimiento de la realidad y la obtención de datos pertinentes para el desarrollo de estudios sobre el periodismo digital. Ningún trabajo parte de cero, sino que se apoya en la tradición de investigación propia de la ciencia que lo acoge. Esa tradición ha estado marcada por posturas ideológicas que conviene conocer para valorar acertadamente los aportes y limitaciones.

Este Seminario persigue el objetivo general de acompañar a los estudiantes en la culminación del Trabajo Especial de Grado, proporcionándoles herramientas conceptuales y metodológicas para que su estudio sea de provecho para sí mismo y para la tradición científica en la que se inserta. Específicamente se concentra en la elaboración del informe final del Trabajo Especial de Grado. Es por ello que se combinan sesiones grupales con asesorías a cada participante.

## MARCO CONCEPTUAL

Los métodos de investigación en las ciencias sociales tienen un carácter instrumental, subordinado al fin superior de conocer la verdad sobre el hombre y la sociedad. Es por eso que son herramientas, medios que deben adaptarse a la realidad de estudio y no al contrario. Desde esa perspectiva, resulta conveniente conocer esos métodos, en cuanto brindan recursos para hacer aproximaciones sistemáticas y rigurosas a la realidad de estudio.

Esos métodos surgen de la tradición de investigación en las ciencias sociales, que en muchos momentos ha estado marcada por corrientes ideológicas que han alterado una definición integral de la persona. Por ello, al aplicarlos conviene recordar que el hombre es un ser libre, condicionado por su circunstancia pero nunca determinado por ella, por lo que las inferencias a las que pueden llegar las ciencias sociales pueden resultar útiles para orientar acciones pero no podemos considerarlas como predicciones exactas de las conductas, actitudes u opiniones de las personas.

## OBJETIVOS

1. Analizar los resultados del Trabajo Especial de Grado.
2. Conocer los criterios para la redacción y presentación de informes de investigación.
3. Preparar la defensa del Trabajo Especial de Grado.

Semana	Contenido	Metodología didáctica y evaluación <sup>1</sup>	Bibliografía
1	1. Presentación de la dinámica del Seminario de TEG III.	Clase magistral	
2-5	2. El análisis de resultados.	Exposición de avances por parte de los participantes	Berganza y San Román, <i>passim</i> Corbetta Hernández
6-9	3. La redacción de informes de investigación.	Trabajo en Laboratorio de Informática	Eco, pp. 177-220 APA UPEL
10-11	4. La presentación y defensa del Trabajo Especial de Grado. 4.1. El esquema de la presentación. 4.2. Principios de oratoria. 4.3. Principios de diseño de presentaciones.	Invitados	Manchester Open Learning Arredondo
12-16	5. Entrega y defensa del Trabajo Especial de Grado.		

**Estrategias de evaluación:** Se evaluará con la escala no numérica de “Aprobado” y “No aprobado”. La calificación será determinada por el tutor que ha hecho seguimiento al trabajo y el profesor de la cátedra. Dependerá del grado de avance que cada estudiante haya alcanzado en su investigación. Lo mínimo necesario para aprobar es la aplicación de los contenidos vistos en el programa de estudio de cada cual.

#### BIBLIOGRAFÍA

AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION; *Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association* (2ª. Ed.). Editorial Manual Moderno, México, México, 2002.

ARREDONDO, Lani; *Cómo hacer presentaciones profesionales*. McGraw Hill, México, México, 1993, 179 páginas.

BALLESTRINI A., M.; *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. BL Consultores Asociados, Caracas, Venezuela, 2002.

BALLESTRINI A., M.; *Procedimientos técnicos de la investigación documental*. BL Consultores Asociados, Caracas, Venezuela, 2001.

BERGANZA, María y RUIZ SAN ROMÁN, José; *Investigar en comunicación*. Mc Graw Hill, Madrid, España, 2005, 305 páginas.

CORBETTA, P.; *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw Hill Interamericana de España, Madrid, España, 2003.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. et al; *Metodología de la investigación* (3 ed). McGraw Hill, México, México, 2002.

MANCHESTER OPEN LEARNING; *Cómo hacer presentaciones eficaces*. Gestión 2000, Barcelona, España, 1995, 126 páginas.

SABINO, C.; *El proceso de investigación*. Panapo, Caracas, Venezuela, 1992.

SANTOS, Modesto; “Perspectivas sociológicas de la comunicación”. En YARCE, Jorge (ed.); *Filosofía de la comunicación*. Eunsa, Pamplona, España, 1986, pp. 231-258.

UPEL; *Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*. Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Caracas, Venezuela, 2001.

# GESTIÓN DE PROYECTOS DIGITALES DE COMUNICACIÓN

ESPECIALIZACION EN PERIODISMO DIGITAL

Teoría: 1 H/S

Práctica: 1 H/S

Créditos: 2

Semestre: III

## JUSTIFICACIÓN

Más allá del de los contenidos que vemos a través de la Red – sean éstos redaccionales, multimedia o interactivos – cada proyecto de comunicación digital exitoso es un negocio en funcionamiento.

Independientemente de los temas que maneje y sus parámetros de medición, cada sitio en Internet comienza con una idea y va tomando cuerpo hasta que finalmente se convierte en una operación viable y productiva, de acuerdo con sus objetivos.

Llevar a la práctica estas ideas requiere de una visión clara, un plan y una estrategia. Es indispensable conocer el entorno general y el mercado particular que se pretende atacar, así como es necesario invertir recursos humanos, materiales y financieros para poner estas iniciativas en funcionamiento, y contar con lineamientos organizacionales, operativos, financieros, comerciales y promocionales que regulen su desempeño.

Este curso pretende ayudar al alumno a visualizar gerencialmente un sitio Web como un negocio que, independientemente de sus fines y rentabilidad en metálico, debe tener claros sus objetivos y aseguradas sus fuentes de financiamiento para tener continuidad en el tiempo.

Se estudiarán los propósitos persiguen promotores, inversionistas, patrocinantes, operadores y seguidores, cómo se materializan en la Red y cómo se expresan en los principales modelos de negocio. Se revisarán los conceptos básicos que requiere el arranque y mantenimiento de un emprendimiento digital, señalando riesgos y oportunidades que puede encontrar en su camino cualquier persona que aspire a dirigir una iniciativa Web.

## MARCO CONCEPTUAL

Tomando como guía el modelo clásico de un “Plan de Negocios” exploraremos los conceptos usando como ejemplos sitios de internet, con un énfasis particular en el tema promocional, que será tratado desde una doble perspectiva: como recurso de promoción para dar a conocer un proyecto digital y como una de las principales fuentes de ingresos para un proyecto digital

## OBJETIVOS

- Entender qué diferencia a los sitios exitosos y efectivos: audiencia, tráfico, interacción, aspectos técnicos, contenidos, rentabilidad.
- Conocer los principios básicos de la planificación estratégica aplicada al desarrollo de un proyecto digital a través del modelo del Plan de Negocios.
- Entender los principales modelos de negocio y las fuentes de financiamiento y rentabilidad de una iniciativa en Internet.
- Manejar los conceptos básicos de la gestión financiera y sus herramientas: Estado de Ganancias y Pérdidas, y Flujo de Caja.
- Conocer las estrategias básicas y recursos para mercadear un proyecto digital.
- Manejar los conceptos básicos del comercio electrónico y su aplicación en Venezuela. Compartir y analizar información sobre casos de la vida real

Sem	Contenido programado	Metodología	Observaciones
1	<p>Introducción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de alumnos y equipo docente.</li> <li>• Establecimiento de expectativas con respecto al curso.</li> <li>• Esquemas de funcionamiento y reglas de juego.</li> </ul>	Interacción de clase	Levantado el perfil básico del estudiante. Detectadas necesidades en las áreas de negocios, planificación, mercadeo, finanzas básicas >>> Plan de negocios.
2	<p>Midiendo el éxito de un proyecto digital</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicos: Velocidad, navegabilidad, amigable a la búsqueda</li> <li>• Contenidos: Apariencia, actualización, relevancia, usabilidad</li> <li>• Usuarios: Interacción, tráfico, perfil</li> <li>• Financieros: Ventas, rentabilidad</li> </ul> <p>Once parámetros de éxito</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Claves del éxito, cómo aplicarlas e interpretarlas</li> </ul> <p>Algunas herramientas de medición independiente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alexa, índice Google, Google Analytics</li> </ul> <p>Selección de sitios para trabajar durante el semestre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En base a visibilidad, modelos de negocio, tráfico, singularidad.</li> </ul>	Exposiciones del profesor, discusión en clase, revisión de sitios recomendados, asignaciones individuales.	A dónde apuntar en el desarrollo de un proyecto digital.
3			
4	<p>De la idea a la ejecución: Gestión de negocios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El sueño del emprendedor: rápido, fácil, barato.</li> </ul>	Exposiciones del profesor, discusión en clase, lectura del material recomendado, comentarios de casos, asignaciones individuales.	Cómo iniciar un proyecto.
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cómo despertamos a la (dura) realidad.</li> <li>• Concentrando las ideas en modelos de negocio.</li> <li>• Preparándose para la hora de actuar: La estructura de un Plan de Negocios.</li> </ul>		Entregada formalmente la planificación de evaluaciones del curso.
6	<p>Fundamentos de Planificación Estratégica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De qué se trata la Planificación Estratégica, quiénes participan</li> </ul>	Exposiciones del profesor, discusión en clase, lectura del material recomendado, comentarios de casos, asignaciones individuales.	Introducción a la planificación

<b>Sem</b>	<b>Contenido programado</b>	<b>Metodología</b>	<b>Observaciones</b>
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>El marco filosófico: Las declaraciones estratégicas misión, visión, valores</li> <li>La matriz FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).</li> <li>Otras herramientas: PEST, Impacto / Incertidumbre, modelaje.</li> <li>Evaluación de un plan estratégico.</li> </ul>		Entrega del trabajo N°1: Efectividad de los sitios Web (19-nov).
8	<p>Continuación: Fundamentos de Planificación Estratégica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Otras herramientas: PEST, Impacto / Incertidumbre, modelaje.</li> <li>Evaluación de un plan estratégico</li> </ul>	Exposiciones del profesor, discusión en clase, lectura del material recomendado, comentarios de casos, asignaciones individuales.	Comentarios al trabajo N°1
9	<p>El éxito en general, el éxito en Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Conversación con el Lic. Alexis Pérez, experto en la concepción, lanzamiento y operación de sitios Web</li> </ul>	Profesor invitado.	CEO de Ticketcentro, CEO de Universia Venezuela, CMO de Universia Holding. Escasa asistencia. Se decide que habrá entrega de trabajos cuando haya invitados.
10	<p>Fundamentos de mercadeo y su aplicación a proyectos digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Qué es y para qué sirve el mercadeo.</li> <li>El mercado objetivo</li> </ul>	Exposiciones del profesor, discusión en clase, visita de sitios recomendados, comentarios de casos, asignaciones individuales.	La promoción de sitios Web y – a la vez – su uso como elementos de promoción. Entrega del trabajo N°2: Modelos de negocio. Última clase de 2008.
11	<p>Continuación “Fundamentos de Mercadeo”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Las 5 Ps del mercadeo y su evolución</li> </ul>	Exposiciones del profesor, discusión en clase, visita de sitios recomendados, comentarios de casos, asignaciones individuales.	Comentarios al trabajo N°2 Primera clase de 2009.
12	<p>Continuación “Fundamentos de Mercadeo”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Las 5 Ps del mercadeo y su evolución</li> <li>Diferencias entre publicidad, promociones, RRPP</li> </ul>	Exposiciones del profesor, discusión en clase, visita de sitios recomendados, comentarios de casos, asignaciones individuales.	
13	<p>Efectividad en Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Conversación con Marcos Condo, consultor especializado en desarrollo de sitios Web</li> </ul>	Profesor invitado.	Fundador de CondoConsulting, presidente de Cavecom-e. Entrega del trabajo N°3: Elementos de Mercadeo.
14	<p>Cómo proyectar las necesidades iniciales, costos de operación y retornos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Introducción a los estados financieros</li> <li>Piezas fundamentales: El balance, el estado de ganancias y pérdidas, y el flujo de efectivo</li> </ul>	Exposiciones del profesor, discusión en clase, revisión de bibliografía recomendada, comentarios de casos, asignaciones individuales.	Los estados financieros como base para entender las necesidades, resultados y el movimiento del dinero. Comentarios al trabajo N°3

<b>Sem</b>	<b>Contenido programado</b>	<b>Metodología</b>	<b>Observaciones</b>
15	Comercio electrónico en Venezuela <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conversación con Edgar Capriles, experto en e-commerce y consultor especializado</li> </ul>	Profesor invitado.	Responsable de pagos en línea en Banco de Venezuela. Entrega del trabajo N°4: Elementos básicos de los estados financieros.
16	Continuación: Estados financieros. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejemplos prácticos y construcción de estados financieros.</li> <li>• Manejo básico de Excel.</li> </ul>	Exposiciones del profesor, discusión en clase, revisión de bibliografía recomendada, comentarios de casos, asignaciones individuales.	Comentarios al trabajo N°4 Cierre del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

FRIEND, Graham y ZEHLE, Stefan. Cómo diseñar un plan de negocios, 1ª edición 2008. Editado por The Economist y distribuido por El Nacional (Enciclopedia Finanzas y Negocios)

### Apoyo específico para el curso

Sitio web de la asignatura: <http://sites.google.com/site/gestiondeproyectosdigitales/> . Contiene calendarios, archivos de las presentaciones del profesor y otros documentos de apoyo, enlaces recomendados, plan de evaluación, etc.