

## **Guía Docente**

***MATERIA: LA RADIO EN LA CONVERGENCIA DIGITAL***

***MULTIMEDIA SEMESTRE 1º Y 2º***

***MÁSTER EN RADIO (COPE) CURSO 2020/21***

***FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN***

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA MATERIA

### 1.- MATERIA:

Módulo en el que se integra la materia: Producción radiofónica y multimedia		
Nombre: La radio en la convergencia digital multimedia		
Código: 10278		
Curso(s) en el que se imparte: 1º	Semestre(s) en el que se imparte: 1º y 2º	
Carácter: Obligatoria	ECTS: 5	Horas ECTS: 25
Idioma: Español	Modalidad: Presencial	
Facultad en la que se imparte la titulación: Humanidades y Ciencias de la Comunicación		
Máster(es) en que se imparte la MATERIA: Máster Universitario en Radio (COPE)		
Directora del Máster: Mayka Jiménez Director académico: Mario Alcudia	DATOS DE CONTACTO	
Mayka Jiménez Delgado	Tfno. 670.980.806 e-mail: <a href="mailto:maykajimenez@gmail.com">maykajimenez@gmail.com</a>	
Mario Alcudia Borreguero	Tfno. 91.453.95.28 e-mail <a href="mailto:malcudia@ceu.es">malcudia@ceu.es</a>	

### 2.- ORGANIZACIÓN DE LA MATERIA:

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad
Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

## 2. PROFESORADO DE LA MATERIA

### 1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

Responsable/Coordinadora de Materia	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Montserrat Lluís Serret
Tlfno:	91 595 12 00
Email:	<a href="mailto:mlluis@cope.es">mlluis@cope.es</a>

Perfil Docente e Investigador	Responsable Área Digital Grupo COPE
Líneas de Investigación:	La radio en el entorno digital

Experto Asignatura 1	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	José Ángel Esteban Pascual
Tlfno (ext):	
Email:	<a href="mailto:jesteban@hum.uc3m.es">jesteban@hum.uc3m.es</a>
Despacho:	

Experto Asignatura 2	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Francisco Javier Izuzquiza Martín
Tlfno (ext):	
Email:	<a href="mailto:franciscoizuzquiza@gmail.com">franciscoizuzquiza@gmail.com</a>
Despacho:	

Expertos Asignatura 2	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Mona León Similiani Teo Rodríguez
Tlfno (ext):	---
Email:	<a href="mailto:lalibelulilla@gmail.com">lalibelulilla@gmail.com</a> <a href="mailto:teorodriguez@icloud.com">teorodriguez@icloud.com</a>
Despacho:	---

Experto Asignatura 3	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	M <sup>a</sup> Jesús Espinosa de los Monteros
Tlfno (ext):	91 347 73 69
Email:	<a href="mailto:mjespinosa@prisaradio.com">mjespinosa@prisaradio.com</a>
Despacho:	PRISA RADIO – Gran Vía 32, 8 <sup>a</sup> planta

Experto Asignatura 4	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Mercedes Muñoz de la Peña Suárez
Tlfno (ext):	91.595.12.00
Email:	<a href="mailto:mpsuarez@cope.es">mpsuarez@cope.es</a>
Despacho:	COPE- Alfonso XI, 4

Experto Asignatura 4	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Javier Burguera Ruiz
Tlfno (ext):	91.595.12.00
Email:	<a href="mailto:jbουργuera@gmail.com">jbουργuera@gmail.com</a>
Despacho:	COPE- Alfonso XI, 4

## 2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas a la materia, los alumnos pueden contactar con la Directora del Máster, el Director Académico y los profesores a través del e-mail.

## 3. DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA

- ▣ Diseño, planificación, creación y producción de contenidos sonoros digitales atendiendo a las pautas de distribución y consumo del entorno contemporáneo.
- ▣ Realización de prácticas en redes y manejo de servidores utilizando software de código abierto que permita instalar, configurar y servir contenidos propios de la ciberradio.
- ▣ Empleo de un dispositivo móvil para interactuar y generar contenidos en medios digitales e Internet: podcasts y emisiones en *streaming* en diferentes plataformas de distribución.

## 4. COMPETENCIAS

### 1.- COMPETENCIAS:

Código	Competencias Básicas y Generales
CG1	Capacidad y habilidad de selección y gestión informativa procedente de fuentes diversas y de distintos medios y soportes.
CG2	Destreza y habilidad en el manejo de herramientas narrativas, expresivas, técnicas y productivas propias del código escrito y verbal y de los sistemas digitales y multimedia
CG9	Capacidad para aprender de forma autónoma
CG10	Capacidad para adaptarse a diferentes situaciones, nuevos roles profesionales, gestionar y crear proyectos y relacionarse con nuevas tecnologías, soportes y medios
CG11	Capacidad de iniciativa, proactividad, experimentación y espíritu emprendedor.
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudios
CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de conocimientos y juicios
CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Código	Competencias Específicas
CE6	Conocimiento y comprensión de las tecnologías que integran una aplicación radiofónica basada en la Web, tanto desde la parte cliente HTTP, como del servidor, así como de la fuente de datos, con hincapié en las alternativas existentes para la generación dinámica de contenidos y en lo referente a plataformas completas para la provisión de servicios interactivos y de redes sociales a través de Internet.

CE7	Conocimiento de los conceptos relacionados con la reputación digital corporativa y capacidad para aplicar métodos de gestión de la misma.
-----	---

## 2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Resultados de aprendizaje
<p>Mediante la realización de prácticas básicas de redes y manejo de servidores utilizando software de código abierto, el alumno/a es capaz de instalar, configurar y servir contenidos estáticos o dinámicos propios de la ciberradio.</p> <p>Mediante la realización de ejercicios prácticos específicos el alumno/a es capaz de utilizar un dispositivo móvil para interactuar y generar contenidos en otros medios digitales e Internet, como actualizaciones en podcasts, audioblogs y otras redes sociales.</p> <p>Mediante un ensayo de prospectiva sobre un segmento de la industria radiofónica, el alumno/a es capaz de desarrollar escenarios posibles de esta industria y de presentarlos en forma de pronósticos de su posible impacto</p>

## 5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

### 1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

Total Horas de la Materia	125
---------------------------	-----

Código	Nombre	Horas Presenciales
AF2	Seminario	15
AF4	Prácticas	60
TOTAL Horas Presenciales		75

Código	Nombre	Horas No Presenciales
AF7	Trabajo Autónomo del Estudiante	50

## 2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Actividad	Definición
<b>AF2 Seminario</b>	Actividad formativa que potencia la participación del alumno en la interpretación razonada de los conocimientos y de las fuentes del área de estudio. Se orientada preferentemente a la competencia de aplicación de los conocimientos (competencia 2 MECES), así como a la capacidad de reunir, interpretar y juzgar información y datos relevantes (competencia 3 MECES). Es representativa de las materias o actividades de perfil mixto, teóricas - práctico.
<b>AF4 Prácticas</b>	Actividad formativa orientada preferentemente a la competencia de aplicación de los conocimientos (competencia 2 MECES) y representativa de las materias o actividades prácticas (laboratorios, estudios de radio, platós de televisión y/o cualesquiera de los espacios propios del ámbito de la comunicación).
<b>AF7 Trabajo Autónomo del Alumno</b>	Actividad formativa en la que el estudiante de forma autónoma gestiona su aprendizaje a través del estudio de los materiales formativos.

## 6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### 1.- ASISTENCIA A CLASE:

Para poder acogerse al sistema de evaluación es precisa la asistencia al 90% de las clases. No se admitirán justificaciones de ausencia.

### 2.- SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

CONVOCATORIA ORDINARIA (Evaluación Continua)		
Código	Nombre	Peso
SE4 (PR)	Trabajo individual o grupo, comentario de texto.	20%
SE5 (TR)	Prácticas	80%

  

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Código	Nombre	Peso
SE2 (EX3)	Examen teórico-práctico global	100%

### 3.- DESCRIPCIÓN SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	DEFINICIÓN
SE2 Examen Escrito	Tests, preguntas breves, preguntas de desarrollo, ejercicios, casos prácticos y cuestiones jurídicas.
SE4 Evaluación de Prácticas	Prácticas y simulaciones.
SE5 Evaluación de Trabajos	Trabajos, reseñas, proyectos de investigación, informes, dictámenes.



## PROGRAMA DE ASIGNATURA 1: IMPACTO DE LA CONVERGENCIA DIGITAL MULTIMEDIA

### PROGRAMA TEÓRICO

#### ESTRATEGIAS DEL DISCURSO RADIOFÓNICO Y SU INMERSIÓN EN INTERNET

##### BLOQUE 1: EL NUEVO ECOSISTEMA INFORMATIVO

1. La transición digital del sistema audiovisual: el nuevo ecosistema informativo
2. Cómo se consumen los contenidos digitales: evolución de indicadores y hábitos
3. Nuevos modelos de negocio para nuevos entornos

##### BLOQUE 2: LA RADIO EN EL ENTORNO DIGITAL

4. La transición de la radio al entorno digital: estructura, financiación, audiencia
5. Adaptación de narrativas y lenguajes sonoras a nuevos dispositivos y canales
6. Estrategias para la distribución del audio en las pantallas: radio no lineal, visual, social y guiada

##### BLOQUE 3: RETOS Y TENDENCIAS DEL AUDIO DIGITAL

7. Nuevos dispositivos, narrativas y formatos
8. El valor de la marca digital y la medición de audiencias

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Castells, M et al. (2006). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel.
- Cebrián Herreros, M. (2008). *La radio en internet. De la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires: La Crujía.
- Cerezo, P. (2018) *Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio*. Barcelona: UOC.
- Gallego Pérez, J.I. (2012). La distribución de contenidos de audio. Relaciones entre podcasting, radio y movilidad. *Telos, Cuadernos de comunicación e innovación*, nº 92, julio-septiembre, pp. 127-135.
- Díaz Nosty, B. (Coord.) (2017) *Diez años que cambiaron los medios (2007-2017)*. Barcelona: Ariel y Fundación Telefónica.
- García Avilés, J.A. (2006). *El periodismo audiovisual ante la convergencia digital*, Elche: Ed. Universidad de Alicante.
- Kischinhevsky, M. (2018) *Radio y medios sociales. Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. Barcelona: UOC.
- Martínez-Costa, M.P. y Prata, N. (2017) La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. v. 40, n. 3, 109-128.
- Moreno Cazalla, L. (2017) Podium Podcast, cuando el *podcasting* tiene acento español. *Prisma Social* nº 18, junio-septiembre, 334-368.
- Orrantía, A. (2018) La triple secuencia multiplataforma y la audiencia social en COPE. La narración distribuida de contenidos en la antena, la web, redes sociales y alertas a teléfono móvil durante el Día de la Radio en 'Herrera en COPE'. *Hipertext.net*, nº 16, mayo, 43-50
- Pedrero, L.M.; y Herrera Damas, S, (2017). La notificación *push* como estrategia informativa de la radio en el entorno digital. *El Profesional de la Información*, Vol. 26, nº 6.
- Sádaba, C. (Coord.) (2016). *Innovación y desarrollo de cibermedios en España*. Pamplona. Eunsa.
- Salaverría, R. (Coord) (2005). *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios españoles*. Sevilla: Comunicación y Sociedad.

#### RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2018) “El 76% de los internautas escucha la radio cada día según AIMC Q Panel”. 22/06/2018 <https://www.aimc.es/blog/76-los-internautasescucha-la-radio-dia/>
- NPR & Edison Research (2018) *The Smart Audio Report*. <https://www.nationalpublicmedia.com/smartaudio-report/latest-report/>
- Sociedad General de Autores y Editores (2018) *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. <http://www.anuariosgae.com/anuario2017/home.html>
- Storytel (2018) *Historias originales seriadadas. Apuesta estratégica de las plataformas de la economía de la suscripción*. <https://blogstoryteles.files.wordpress.com/2018/05/informe-storytel-originalesp.pdf>
- We Are Social (2018) *Global Digital Report 2018*. <https://digitalreport.wearesocial.com>

#### SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Todo el contenido práctico se iniciará y finalizará en clase. La evaluación se basa principalmente en las prácticas presenciales y en su rapidez de ejecución.

#### PROGRAMA DE LA ASIGNATURA 2: LA CIBERRADIO

##### PROGRAMA TEÓRICO

1. Lenguaje sonoro: expansión de formatos y proyectos (1). Narrativas para el podcast. Lo sonoro en las narrativas transmedia.
2. Lenguaje sonoro: expansión de formatos y proyectos (2). Ficción, documental y arte sonoro.

##### PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

Diseño, planificación, producción y grabación de un proyecto serializado sonoro con ramificaciones transmedia basado en hechos periodísticos. El proyecto será desarrollado en grupos y sometido a un seguimiento periódico durante el curso que concluirá con una exposición pública final.

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- ☒ Chion, M. (1999) *El sonido: música, cine, literatura*. Barcelona: Paidós.
- ☒ Chalko, R. (2014) “Diseño sonoro y producción de sentido: la significación de los sonidos en los lenguajes audiovisuales”. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación nº 50. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Año XV, Vol. Diciembre: <http://bit.ly/DiseñoSonoroyProduccionSentido>
- ☒ Gertrúdx, M; Gertrúdx, F. y García, F. (2017) “El lenguaje sonoro en los relatos digitales interactivos”. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación 22, 157-167. <http://bit.ly/LenguajeSonoroEnRelatosDigitales> [<http://dx.doi.org/10.5209/CIYC.55972>]
- ☒ Jenkins, H. y Ford, S. (2015) *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.

- ❏ Rodríguez Pallarés, M. (2016) "Reutilización de la ficción sonora en la Cadena SER. El caso de Podium Podcast". Área Abierta. Revista de Comunicación Audiovisual y Publicitaria. Vol. 17, nº 1, 83-97. <http://bit.ly/FiccionPodiumPodcast> [<http://dx.doi.org/10.5209/CIYC.55972>]
- ❏ Sánchez Ríos, J. A. (1999) "Sincronía entre formas sonoras y formas visuales en la narrativa audiovisual". Revista Latina de Comunicación Social. Nº 22, octubre. <http://bit.ly/SincroniaSonoraVisual>

#### RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

- ❏ <https://www.podiumpodcast.com/le-llamaban-padre/>
- ❏ <https://www.univision.com/noticias/inmigracion/podcast-mejor-vete-cristina>
- ❏ <https://www.arteradio.com/>
- ❏ <https://www.theguardian.com/membership/ng-interactive/2018/sep/10/beyond-the-blade-multimediaseries>
- ❏ <https://www.larutadelapeste.com/splash>

#### SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Se basará en el seguimiento y valoración periódica del trabajo individual y grupal para desarrollar el proyecto sonoro serial basado en hechos periodísticos, que deberá defenderse públicamente a final de curso. El tribunal, formado por los directores del Master, el coordinador del módulo y el profesor de esta asignatura, atenderá a los siguientes criterios de evaluación:

- ❏ **Guion** (documentación y redacción) 30%
  - ❏ **Producción** (planificación, trabajo en equipo, uso de recursos sonoros) 30%
  - ❏ **Desarrollo multimedia** (extensiones proyectadas para redes sociales y otros soportes) 20% ❏
- Presentación final:** 20%

**PROGRAMA TEÓRICO:**

**BLOQUE 1: EL MERCADO DEL PODCASTING**

1. Podcasting: creadores, agregadores, distribuidores
2. Podcasting: alojamiento, métricas, comercialización

**BLOQUE 2: UNA NUEVA FORMA DE CONTAR HISTORIAS**

1. Las técnicas de producción de los podcasts.
2. Estructura y la realización de los distintos proyectos de podcasts en la actualidad.
3. El panorama actual del podcasting en España y Latinoamérica.
4. La realización y la edición sonora.
5. La creatividad y la innovación aplicada al podcast.
6. Los géneros radiofónicos aplicados a nuevos formatos radiofónicos.
7. Storytelling: ¿cómo escribir para podcast?
8. Mecenazgo de *podcasts* independientes, suscripción y branded podcast. Cómo monetizar un podcast.
9. Los contenidos transmedia.
10. ¿Cómo se desarrolla una plataforma de podcasts? Estrategia, análisis y futuro del podcasting. Caso de estudio: Podium Podcast.

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

- Berry, R. (2014). The future of radio is the internet, not on the internet. In Oliveira, M.; Stachyra, G.; Starkey, G. (Eds.) *Radio: the resilient medium*, pp. 3-17. Sunderland: Centre for Research in Media and Cultural Studies.
- Cabrera, M. y Yuste, B (2014) *Emprender el periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información*. Barcelona: UOC.
- Cebrián Herreros, M. (2008) *La Radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires: La Crujía.
- Gallego, J. I. (2012) *Podcasting. Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. Madrid: UOC Press.
- Meseguer Conesa, A. (2009) *La radio del siglo XXI: un medio interactivo*. Madrid: EuroEditions.
- Pousa, X.R. y Yaguana, H. A. (2013) *La radio, un medio en evolución*. Salamanca: Comunicación Social.
- Riaño, F. (2018) *Todo sobre podcast. No es más radio, es mejor*.
- Tenorio, I. (2012) *La nueva radio: manual completo del radiofonista 2.0*. Barcelona: Marcombo.

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

- Gallego Pérez, J.I. (2012). La distribución de contenidos de audio. Relaciones entre podcasting, radio y movilidad. *Telos, Cuadernos de comunicación e innovación*, número 92, julio-septiembre, pp. 127-135. ([goo.gl/yg3WU5](http://goo.gl/yg3WU5)) (2017-02-26).
- Gelado, J.A. (2007). Cómo producir un podcast. In Rojas Orduña, O. (Ed.). *Web 2.0 Manual de uso*, pp. 159-234. Madrid: ESIC.
- Glass, I. (2016). It's 'Boom Time' for Podcast Advertising. *Ira Glass Just Hopes the Bubble Doesn't Burst*. *Adweek*. Publicado el 16-03-2016. [Online] ([goo.gl/hQ7VhX](http://goo.gl/hQ7VhX)) (2017-03-02).

- González-Conde, M. J. (2010). La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio. Revista de Estudios de Juventud, n.88, pp. 51-62. (<http://goo.gl/PJQDYm>) (2017-02- 26).
- Hilmes, M. (2013). The New Materiality of Radio: Sound on Screens, In Loviglio, J.; Hilmes, M. (Eds). Radio's New Wave: Global Sound in the Digital Era, pp. 43-61. New York, London: Routledge.
- Morris, J.W.; Patterson, E. (2015) Podcasting and its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio. Journal of Radio & Audio Media, 22 (2), pp. 220-230. DOI: 10.1080/19376529.2015.1083374
- Perlberg, S. (2016). Podcasts Face Advertising Hurdles. Industry contends with marketers' doubts about measurement, scale. The Wall Street Journal. Publicado el 18-02-2016. [Online]. ([goo.gl/OV1Y1e](http://goo.gl/OV1Y1e)) (201703-05).

#### RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

- Cuaderno de Podcasting, Página 1: <https://www.ivoox.com/23299064>
- Cuaderno de Podcasting, Página 2: <https://www.ivoox.com/23573803>
- Cuaderno de Podcasting, Página 3: <https://www.ivoox.com/23889394>
- Cuaderno de Podcasting, Página 7: <https://www.ivoox.com/25401873>
- Cuaderno de Podcasting, Página 8: <https://www.ivoox.com/25718930>
- Cuaderno de Podcasting, Página 9: <https://www.ivoox.com/25980231>
- Cuaderno de Podcasting, Página 13: <https://www.ivoox.com/26978515>
- Cuaderno de Podcasting, Página 15: <https://www.ivoox.com/28189434>
- Cuaderno de Podcasting, Página 19: (Se publicará el 30 de octubre de 2018) □ [www.podiumpodcast.com](http://www.podiumpodcast.com)
- [www.nytimes.com/spotlight/podcasts](http://www.nytimes.com/spotlight/podcasts)
- [https://elpais.com/agr/dias\\_de\\_vino\\_y\\_podcasts](https://elpais.com/agr/dias_de_vino_y_podcasts)

#### SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Todo el contenido práctico se iniciará y finalizará en clase. La evaluación se basa principalmente en las prácticas presenciales y en su rapidez de ejecución.

#### PROGRAMA DE LA ASIGNATURA 4: REDES SOCIALES E INNOVACIÓN

##### PROGRAMA TEÓRICO:

1. La radio móvil: el caso de COPE en la gestión y difusión de alertas informativas vía móvil
2. Tendencias globales en las aplicaciones de radio para *smartphone*
3. Análisis del potencial de Twitter para las emisoras de radio: ventajas y límites
4. Revisión de las buenas prácticas para emisoras en Twitter (difusión de información, promoción de contenidos y creación de comunidad)
5. Inmersión en las posibilidades que ofrece el *streaming* de audio en Twitter: casos prácticos
6. Buenas prácticas en redes sociales (Facebook, Instagram)
7. Métricas y medición: cómo saber si mi contenido funciona en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- López Vidales, N. y Ortiz Sobrino, M. (2012). *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos*. Madrid, Fragua.
- Maciá F y Santonja M. (2016). *Marketing en redes sociales*. Editorial Anaya Multimedia
- Moreno M. (2015). *Cómo triunfar en las redes sociales*. Ediciones Gestion 2000
- Orihuela, J.L. (2011). *Mundo Twitter. Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*, Alienta, Barcelona.
- Rojas P y Redondo M. (2013). *Cómo preparar un plan de Social Media Marketing*. Ediciones Gestion 2000

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Bonet-Bagant, M. (2017). “¿Qué hay de nuevo, radio? Claves para un análisis sobre el futuro de la radio española desde el constructivismo social de la tecnología”. *Revista de AEIC*, v. 4, n. 7, pp. 14-21. <http://www.revistaaic.eu/index.php/raaic/article/view/89>
- CRUE (2014). *Manual de buenas prácticas en redes sociales*. Disponible en: [https://www.rebiun.org/sites/default/files/2017-11/IIPE\\_Linea3\\_Manual\\_Buenaspracticass\\_redes\\_sociales\\_2014.pdf](https://www.rebiun.org/sites/default/files/2017-11/IIPE_Linea3_Manual_Buenaspracticass_redes_sociales_2014.pdf) [Consultado 16/09/2018]
- Herrera-Damas, S.; Ferreras-Rodríguez, E.M. (2015). “Mobile apps of Spanish talk radio stations. Analysis of SER, RNE, COPE and Onda Cero’s proposals”. *EPI* V. 24, n. 3, pp. 274-281. [https://www.researchgate.net/publication/281942317\\_Mobile\\_apps\\_of\\_Spanish\\_talk\\_radio\\_stations\\_Analysis\\_of\\_SER\\_Radio\\_Nacional\\_COPE\\_and\\_Onda\\_Cero%27s\\_proposals](https://www.researchgate.net/publication/281942317_Mobile_apps_of_Spanish_talk_radio_stations_Analysis_of_SER_Radio_Nacional_COPE_and_Onda_Cero%27s_proposals)
- IAB Spain (2018). Estudio anual de Redes Sociales. Disponible en: [https://iabspain.es/wpcontent/uploads/estudio-redes-sociales-2018\\_vreducida.pdf](https://iabspain.es/wpcontent/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf) Consultado 21/09/2018]
- Knight Center for Journalism in the Americas (2011) *Conjunto de guías éticas para hacer periodismo en la Web*. Disponible en: [https://knightcenter.utexas.edu/guias\\_eticas\\_SPANISH\\_2011.pdf](https://knightcenter.utexas.edu/guias_eticas_SPANISH_2011.pdf)
- Manjoo, F. (2017). Por qué Instagram se está convirtiendo en el nuevo Facebook. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2017/05/01/por-que-instagram-se-esta-convirtiendo-en-e>
- Ribes, X. et al. (2017). “Aplicaciones móviles radiofónicas: adaptando las especificidades de los dispositivos avanzados a la distribución de los contenidos sonoros”, *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, V. 4, n. 7, p. 29-39. Disponible en: <http://www.revistaaic.eu/index.php/raaic/article/view/102>

#### SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Todo el contenido práctico se iniciará y finalizará en clase. La evaluación se basa principalmente en las prácticas presenciales y en su rapidez de la ejecución.

## 9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

### 1.- NORMAS:

Las faltas en la integridad académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas.

Asimismo el Máster describe las normas de comportamiento del alumno en el plan de Acogida (punto 3) que dispone el alumno/a desde el primer día de clase, disponible también en el Aula Virtual.