UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
DECANATO ASOCIADO DE ESTUDIOS GRADUADOS

PRONTUARIO

TÍTULO:	Proyecto internacional
CODIFICACIÓN:	RME 789
PRERREQUISITOS:	RME788
CRÉDITOS:	Tres (3) créditos, una sesión (por acuerdo)

DESCRIPCIÓN

El proyecto internacional incorpora el desarrollo de contenidos editoriales propuestos en el curso de Experiencia Internacional (RME788). El diseño del proyecto se desarrolla a tono con el análisis del entorno correspondiente. Se conocen y aplican las prácticas éticas profesionales que se requieren en el proceso de redacción para los medios en entornos internacionales. El estudiante asume el rol de consultor y redactor de una estrategia de comunicación con énfasis en la redacción de contenidos informativos o persuasivos para incursionar en el entorno internacional.

JUSTIFICACIÓN

En la globalización los profesionales de la redacción para los medios deben estar capacitados para realizar una estrategia de comunicación en diversos escenarios internacional. El Proyecto Internacional dirige al estudiante hacia la aplicación práctica de su propuesta de redacción para los medios. En el proyecto, ya no sólo se analiza e investiga sobre el entorno, sino que se toman decisiones y se diseñan estrategias para llevarlo a cabo. El proyecto constituye el resultado final de todo el esfuerzo de investigación y exploración de la comunicación en el ámbito internacional.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el estudiante estará capacitado para:

1. Analizar las estrategias y tácticas específicas para lograr contenidos de redacción para los medios en el entorno global de acuerdo con el tema de un proyecto.
2. Construir conocimiento académico y profesional mediante la estructuración final de una estrategia de comunicación con énfasis en la producción de contenidos informativos o persuasivos.
3. Evaluar soluciones y opciones viables de comunicación informativa o persuasiva en el ámbito internacional.

CONTENIDO

- I. Resultados de la propuesta de redacción para los medios (RME 788).
- II. II. Diseño de estrategias de redacción para los medios.
 - A. Establecer la:
 1. Definición de la audiencia
 2. Definición del formato del contenido editorial: informativo o persuasivo
- III. Producción de contenidos de redacción para los medios de acuerdo al formato seleccionado y su entorno

ESTRATEGIAS INSTRUCCIONALES

El curso se desarrollará a través de la discusión de literatura y estudios de producción de contenidos comunicaciones con énfasis en la redacción para los medios pertinentes al entorno donde se desarrolle el proyecto de redacción.

EVALUACIÓN

Se otorgará el grado académico una vez el proyecto sea aprobado de forma unánime por el comité.

El progreso académico del estudiante se indica de la siguiente forma:

- P Aprobado
- NP No progresó
- NC No completado

P - indica que se presenta el proyecto por escrito, con la debida aprobación del Comité y los formularios de entrega que requiere el Decanato Asociado de Estudios Graduados.

NP - indica que el estudiante no ha realizado el trabajo acordado para la sesión académica. El estudiante matriculará el curso otra vez.

NC - indica que el estudiante realizó parte del trabajo acordado para la sesión académica, pero no lo completó. El estudiante matriculará el curso otra vez.

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS:

Bacon, J. (2009). *The art of community. Building a new age of participation*. Recuperado de

<http://www.artofcommunityonline.org/downloads/jonobacon-theartofcommunity-1ed.pdf>

- Bazzini, C., Briggs, R., Ronquillo, R. V. & Lowe, N. (2010). What skills will the communicators of the future need to have? *Communication World*, 27(3), 15-16.
- Calvo, S. T. (2006). La enseñanza del ciberperiodismo: Hacia una transversalidad mixta. *Zer: Revista De Estudios De Comunicacion*, 11(21), 221-242.
- Caminos, J. M., Marí, F. & Ignacio, J. (2006). The audiences in view of the changes in cyber journalism. *Revista Latina De Comunicación Social*, 61(715-735), 07.
- Caminos, J. M. & Murillo, F. M. (2006). Las audiencias ante los cambios en el ciberperiodismo. *Revista Latina De Comunicación Social*, 9(61), 1-12.
- Cebrián, M. & Flores, J. (2007). *Blogs y periodismo en la red*. Madrid, España: Fragua.
- Cervera, A. L. (2008). *Comunicación total*. Madrid, España: Esic Editorial.
- Daniels, J. D. & Radebaugh, L. E. (2000). *International business: Environment and operations*. London: Addison Wesley.
- Díaz, J. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona, España: Ariel.
- Díaz, J. (s.f.). *Hipertexto y redacción periodística ¿un nuevo campo de investigación?*
Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n48/bienal/mesa6.pdf>
- Fernández, F. (2007). *El portal corporativo como eje de la gestión de la nueva comunicación interna* (Disertación doctoral, Universitat Jaume I). Recuperado de http://www.tesisenxarxa.net/TESIS_UJI/AVAILABLE/TDX-0615107-120448//09_elportal.pdf
- Fernández, J. & Huertas, A. (2009). *Redacción en las relaciones públicas*. Madrid: Prentice Hall.
- Flores, J. & Aguado, G. (2005). *Modelos de negocios en el ciberperiodismo*. Madrid, España: Fragua.
- García, J. (2008). *La comunicación interna*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

- Howard, C. M. & Mathews, W. K. (2000). *On deadline: Managing media relations* (3a. ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press, Inc.
- Israel, E. (2006). *Comunicación y periodismo en una sociedad global. Comunicar la diferencia*. Madrid, España: Editorial Trillas-Eduforma.
- Kawamoto, K. (Ed.). (2003). *Digital journalism: Emerging media & the changing horizons of journalism*. Maryland, EU: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kessler, L. (1999). *Mastering the message: media writing with substance and style* (2a. ed.) Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt.
- Larrondo, A. (2009). *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*. Bilbao, España: Universidad del País Vasco
- Lazaoui, G. (2007). Cyberjournalim, media images and the market for news. *Economics, Management, and Financial Markets*, 2(2).
- Lynch, J. (2009). News: Structure and agency. *Global Media Journal: Australian Edition*, 3(2), 1-5.
- Martínez Fernández, L. M., & , M. M. (2009). Ciberperiodismo y portales económicos especializados en finanzas. *Revista Latina De Comunicación Social*, 12(64), 1-19.
- Martínez, L. M. & Sergio, M. M. (2009). Cyberjournalism and economic portals specialized in finance / ciberperiodismo y portales económicos especializados en finanzas. *Revista Latina De Comunicación Social*, 64(800-878), 862-879.
- Martínez, Y. (2004). *La comunicación institucional. Análisis de sus problemas y soluciones*. Madrid, España: Fragua.
- Navarro, L. (2009). Tres lustros del periodismo digital: Interactividad e hipertextualidad. *Comunicar*, 17(33), 35-44.
- Noguera, J. M. (2008). *Blogs y medios. Las claves de una relación de interés mutuo*. Libros en Red.

- Palacios, M. (2009). La memoria como criterio de valoración de calidad en el ciberperiodismo: Algunas consideraciones. *El Profesional De La Información*, 18(3), 270-277.
- Parra, D. (2008). El diseño ciberperiodístico español: Análisis de los casos de Vilaweb y ADN. *Enl@ce Revista Venezolana De Información, Tecnología y Conocimiento*, 5(3), 91-107.
- Parra, D., Edo, C., Flores, J., García-Alonso, P. & Marcos, J. C. (2008). Proceso de transformación de los cibermedios: Los retos de las empresas periodísticas. *Revista Latina De Comunicación Social*, 11(63), 63-70.
- Pedrotti, G. J. & Pereira, J. C. (s.f.). *Relaciones públicas 2.0. La irrupción de la Web 2.0, en las gestiones de la acción de comunicación y relación con los públicos meta*. Recuperado de <http://publicometa.info/entre/20.pdf>
- Rabinovich, L. (2004). *La comunicación estratégica para la gestión de las organizaciones*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Recuperado de <http://www.c3fes.net/docs/comunicacionestrategica.pdf>
- Rich, C. (1999). *Creating online media: a guide to research, writing, and design on the Internet*. Boston: McGraw-Hill.
- Salas, C. (2005). *Manual para escribir como un periodista*. Madrid, España: Altera.
- Salaverría, R. & Negro, S. (2008). *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona, España: Sol90Media.
- Santana, L. M. (2008). El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. acercamiento a sus rasgos formales y de contenido. *Revista Latinoamericana de Comunicación Social*, 11(63), 348-368.
- Santana, L. M. (2009). Gestión documental de la información y del conocimiento en los escenarios ciberperiodísticos. *ACIMED*, 20(4), 23-55.

- Seung, J. (2009). The structure of global media space: A social network analysis of international media flows (Disertación doctoral). Disponible a través de *ProQuest Dissertations and Theses*. (UMI No. 3342102)
- Singh, C. L. (2010). New media and cultural identity. *China Media Research*, 6(1), 86-91.
- Stovall, J. G. (2002). *Writing for the mass media* (7^a ed.). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Yip, G. S. (2002). *Total global strategy II* (2^a ed.). Boston, MA: Prentice Hall.
- Yopp, J. J. (2007). *Reaching audiences: a guide to media writing* (4^a ed.) Boston, MA: Pearson Allyn and Bacon.

ARTÍCULOS EN REVISTAS

- Almansa, A. & Castillo, A. (2009). Estudio sobre la comunicación digital en las organizaciones. *Razón y Palabra*, 49. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2161430>
- Almirón, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital. Civic journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Recuperado de, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf>
- Cabezuelo, F. & Pérez, M. J. (2008). Aspectos éticos y deontológicos del ejercicio profesional de la comunicación corporativa. *Icono: Revista de comunicación y nuevas tecnologías*, 14, No. 11, Recuperado de <http://www.icono14.net/revista/num11/141103.pdf>
- Castillo, A. (2004). Comunicación empresarial e institucional: estrategias de comunicación. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 17, 189-207. Recuperado de <http://biblioteca.universia.net/ficha.do?id=44784265>
- Castillo, A. (2006). Las relaciones públicas internas como factor de gestión empresarial. *Anàlisi*. Recuperado de <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n34p193.pdf>

- Chilla, A. & Gillespie, M. (2006, 5 de agosto). *PR 2.0: Integrating Your PR efforts with the Social Mediasphere*. Recuperado de http://chiefmarketer.com/disciplines/publicrelations/PR_social_media_08052006
- Eíto, R. (2005). XML y la gestión de contenidos. *Hipertext.net*, núm. 3. Recuperado de <http://www.hipertext.net/web/pag256.htm#Edici%C3%B3n%20de%20contenidos%20mediante%20plantillas>
- Estupiñan, F. (2007, 25 de septiembre). Mitos sobre la globalización y las nuevas tecnologías de la comunicación. *Red de la Iniciativa de Comunicación*. Recuperado de <https://www.comminit.com/en/node/209055>
- Gifford, A. & Rivenburgh, N. K. (2000, Spring). News agencies, national images and global media events. *Journalism and Mass Communications Quarterly*, 77(1), 8-21. Recuperado de <http://connection.ebscohost.com/content/article/1018146685.html>
- Islas, O. (2005, Primavera). McLuhan es el mensaje. *Global Media Journal (Edición Iberoamericana)*, 3(2). Recuperado de http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_8.html
- Lalueza, F. (2006). ¿Constituye la comunicación persuasiva el paradigma comunicativo de la sociedad del conocimiento? *UOC Papers*, Núm. 3. UOC. Recuperado de <http://www.uoc.edu/uocpapers/3/dt/esp/lalueza.pdf>
- López, X. (2010). La formación de los periodistas en el siglo XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. 231 – 243. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/10/art2/896_Santiago/18_Xose.html
- Matilla, K. & Xifra, J. (2009-2010, noviembre-enero). Comunicación corporativa y relaciones públicas: un proyecto de aproximación universidad/profesión en Cataluña, en el contexto de integración al espacio europeo de enseñanza superior. *Razón y Palabra*, 70. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/xifra2.pdf>

- Miel, P. & Faris, R. (2008). *News and Information as Digital Media Come of Age*. The Berkman Center for internet & society at Harvard University. Recuperado de http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Overview_MR.pdf
- Marrero, L. (2008). El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 348 - 367. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/08/29_40_Cuba/Liliam_Marrero.html
- Montserrat, J. M. (2008). Análisis comparativo de las estrategias de Comunicación en franquicia. Enseñas consolidadas versus emergentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 106 - 120, Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/_2008/09_Alicante/Juan_Monserrat.html
- Moreno, A. & Capriotti, P. (2006). La comunicación de las empresas españolas en sus webs corporativas. Análisis de la información de responsabilidad social, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 21, 47-62. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/>
- Noguera , J. M. (2010). Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. Recuperado de, http://www.revistalatinacs.org/10/art/91_UCAM/13_JM_Noguera.html
- Reviglio, M. C. (2009). La tecnología de la escritura: Del punzón al teclado, del papiro al blog. *Chasqui*, 106. Recuperado de, <http://www.ciespal.net/ciespal/index.php/tecnologias/41-revista-chasqui/136-chasqui-106>
- Rojo, P. A. (2006). Prensa y convergencia tecnológica: claves para la definición de un nuevo modelo de negocio periodístico en la Era Digital. *ZER: Revista de estudios de*

comunicación 20, 414 – 424. Recuperado de

http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20_23_rojo.pdf

Salaverría, R. (2003). Convergencia de medios. *Chasqui* 81. Recuperado de,

<http://chasqui.comunica.org/81/salaverria81.htm>

Xifra, J. (2005). La gestión de conflictos potenciales como estrategia de comunicación

corporativa: El caso de Microsoft. *ZER: Revista de estudios de comunicación* 81, 67 –

Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/zer18/zer1804.pdf>

Wakefield, R. I. (2009, Fall). Public relations contingencies in a globalized world where even

“glocalization” is not sufficient. *Public Relations Journal*, 3(4). Recuperado de

http://www.prsa.org/SearchResults/download/6D030401/0/Public_Relations_Contingencies_in_a_Globalized_Wor

Wright, D. K. & Hinson, M. D. (2008, primavera). How blogs and social media are changing

public relations and the way it is practiced. *Public Relations Journal*, 2(2). Recuperado

de <http://www.prsa.org/prjournal/Vol2No2/WrightHinson.pdf>

Zaharna, R. S. (2000, invierno). Intercultural communications and international public

relations: Exploring parallels. *Communication Quarterly*, 48(1), 85-100.

Zuckerman, E. (2008). *International News: Bringing About the Golden Age*. The Berkman

Center for Internet & Society at Harvard University. Recuperado de

http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/International%20News_MR.pdf

RECURSOS ELECTRÓNICOS

Fundación Carles Pi i Sunyer & la Diputación de Barcelona. (n.d.). Banco de Buenas

Prácticas. www.diba.es/bbp/es/presen.htm

Universidad de la Laguna. (s.f.). *Revista Latina de Comunicación Social*. Recuperado de

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/>

Universidad Complutense de Madrid. (s.f.). *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*. Recuperado de

http://www.ucm.es/BUCM/compludoc/S/9711/11305681_1.htm

Universidad de Navarra. (1999-2007). E-periodistas. Recuperado de

<http://www.unav.es/fcom/guia/>

Columbia Journalism Review. (2009). Recuperado de <http://www.cjr.org/>

Baruch College. (1999-2010). *Corporate Communication International*. Recuperado de

<http://www.corporatecomm.org/>

Universidad de la Rioja. (2001-2010). *Dialnet*. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/>

INTERNET - BASES DE DATOS

Academic Search Complete

Business Source Complete

Communication and Mass Media Complete

DOAJ – Directory of Open Access Journals

Las bases de datos electrónicas a las cuales la Biblioteca Madre María Teresa Guevara está suscrita directamente y a través del Consorcio COBIMET, incluyen libros, documentos, artículos de revistas y periódicos, y otros recursos de información relacionados con los temas del curso.

Para utilizar las bases de datos siga los siguientes pasos:

Para acceder desde la Universidad del Sagrado Corazón:

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>,
- seleccione Biblioteca Virtual y aparecerá la página en donde podrá acceder a las bases de datos, por disciplina o en orden alfabético.

Para acceder fuera de la Universidad:

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>,
- seleccione Biblioteca Virtual

- escriba el nombre del usuario y la contraseña. *Puede solicitar el nombre de usuario y la contraseña personalmente en la Biblioteca.*
- aparecerá la página en donde podrá acceder a las bases de datos, por disciplina o en orden alfabético

Cualquier estudiante que necesite acomodo razonable deberá solicitarlo al Decano Asociado de Asuntos Estudiantiles.

Derechos reservados USC

Octubre de 2010