

CURSO: SEMINARIO

TÍTULO: CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE PODCASTS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DURACIÓN: 40 HORAS

FRASE: El auge del podcasting

El podcasting es uno de los formatos de contenido con mayor auge en los medios digitales durante los últimos años, pero aún es un producto que está en proceso de evolución y construcción de acuerdo con las necesidades de las audiencias y los retos de la monetización. Algunos conceptos que lo definen tienen relación con las técnicas y las prácticas de comunicación que se masificaron a través del lenguaje de la radio, pero su naturaleza digital lo proveen de características multimedia, oportunidades interactivas y experiencias asociadas a la data, las cuales requieren del desarrollo de nuevas estrategias y habilidades en los medios de comunicación.

DIRIGIDO: Profesionales y estudiantes afines al área del periodismo, los cuales estén interesados en conocer herramientas para la formulación de una estrategia de producción de podcasts. Los periodistas, los directivos de una empresa periodística, los estudiantes de comunicación y los interesados en tener productos individuales de podcasts también pueden encontrar en este espacio competencias para entender los conceptos y técnicas que hacen más eficiente el uso de este formato.

PROGRAMA:

Módulo 1. Tendencias y contextualización del podcasting. Evolución, oportunidades y desafíos.

Módulo 2. Principios básicos para la conceptualización y producción de un formato de podcast.

Módulo 3. Retos del podcasting frente a la segmentación de la audiencia y la monetización.

Módulo 4. Herramientas para diseñar una estrategia de podcasts en un contexto de transformación digital.

La realización del curso incluye la apropiación de conceptos relacionados con el podcasting en los niveles teóricos y prácticos, mediante actividades que consisten en analizar documentos escritos, escuchar formatos de podcasts y consultar videos con presentaciones de power point. Los conocimientos serán evaluados mediante la presentación de productos multimediales, al final de cada módulo, los cuales pueden consistir en infografía, sitio web, blog o similar. Al final del curso se debe presentar un formato de podcast que aplique los conocimientos abordados en el curso.