

FUNDACIÓN PARA EL PERIODISMO

Diplomado en Dirección de Medios y Entretenimiento

Cronograma de postulación

Inscripciones: Hasta el viernes 27 de enero de 2012

Inicio de clases: Lunes 30 de enero de 2012

FUNDACIÓN PARA EL PERIODISMO

Calle Hnos. Manchego # 2550

Teléfono: 2912639

E-mail: jcastanosg@yahoo.com

Página Web: www.fundacionperiodismo.org

I. Introducción

La falta de profesionales capacitados para dirigir y liderar los medios de comunicación en Bolivia ha provocado el rezago de los mismos frente a sus similares en Latinoamérica. Esta situación se expresa en la baja calidad de sus programas y en la escasa producción nacional que emiten. Sucede lo contrario en la mayoría de los países vecinos, en donde los medios de comunicación, tanto en formas como en contenidos, han desarrollado una amplia capacidad de producción de programas de noticias, educativos y de entretenimiento.

Los problemas de los medios bolivianos tienen que ver, en una gran parte, con su deficiente dirección. Si bien es cierto que la escasez de profesionales con experiencia y adecuadamente preparados afecta integralmente a las diversas áreas que conforman los medios, esta carencia es mucho más sentida en los niveles de dirección.

La poca creatividad, liderazgo y capacidad de dirección de los mandos medios y altos de los medios ha provocado que los mismos apelen a contenidos extranjeros para atraer a sus públicos. Es así que los medios televisivos importan noticias y programas de opinión con la misma frecuencia que telenovelas o *reality shows*. Los medios impresos hacen lo mismo con los suplementos especiales que producen los grandes periódicos del mundo mientras que las radios insisten con formatos de hace cuarenta años, no innovan ni buscan alternativas a los programas tradicionales.

La nueva Ley de Telecomunicaciones señala que el 60% de la programación de los canales de televisión debe ser producida en el país. Esto implica que todas las empresas de televisión tendrán que reforzar sus departamentos de producción e incluir en sus parrillas de programación, al menos 12 horas de programas nacionales si es que emiten durante 18 horas continuas.

Frente a este panorama y la escasez de profesionales especializados en esta industria, la FPP se propone dictar un programa que combine habilidades directivas con una visión social y democrática de las funciones de los medios en la que la empresa es una herramienta al servicio del progreso social.

II. El programa

El Diplomado en Dirección de Medios y Entretenimiento es un programa intensivo para especializar a profesionales en la dirección y gestión de los medios de comunicación así como en otras áreas de la industria del entretenimiento que requieren de visión, compromiso social, valores, dinamismo, liderazgo y sólidos conocimientos tanto del mundo de la comunicación como del entretenimiento.

Este es el primer programa de este tipo diseñado en Bolivia para capacitar a cuadros de profesionales líderes, capaces de dirigir los medios del futuro. El programa brinda una capacitación integral en dirección y gestión de las industrias de la televisión, radio, internet y cultura.

El diplomado brinda una visión estratégica de lo que constituyen los medios en la sociedad contemporánea así como de su función democrática y social. Asimismo prevé una capacitación en management y marketing aplicados a las industrias culturales. Estudia la revolución digital y sus aplicaciones, los modelos y oportunidades de negocios, las ventajas competitivas de la región, los beneficios y riesgos de la integración vertical y horizontal para el desarrollo del sector.

Por otra parte, hace especial énfasis en el desarrollo de emprendedores de esta industria. La futura proyección del sector, sumada a las herramientas brindadas por el programa, impulsará el surgimiento de **emprendedores y creadores de empresas multimedia y de la cultura.**

III. Objetivos del programa

Objetivo general

- Mejorar la calidad de la oferta de los medios y de las industrias culturales.

Objetivos específicos

- Entrenar y capacitar a la nueva generación de profesionales de los medios y el entretenimiento con herramientas sólidas y modernas que impulsen el desarrollo de una industria en permanente cambio.
- Generar una nueva visión empresarial en los medios impulsada por profesionales altamente capacitados y comprometidos.

Dirigido a:

- Empresarios, ejecutivos y administradores de medios de comunicación públicos y privados y otros profesionales de los medios y el entretenimiento (productores de cine y televisión, guionistas, ejecutivos de programación, distribuidores de filmes y programas de radio y tv., entre otros)
- Periodistas, artistas, editores y creativos
- Ejecutivos de marketing, publicidad, ventas, promoción y relaciones públicas.

IV. Docentes y Metodología de enseñanza

El cuadro de docentes está formado por profesores altamente calificados y de elevado prestigio profesional y académico. Muchos han cursado estudios de posgrado en el exterior en universidades y escuelas de negocios y son consultores, líderes en sus respectivos campos o directores de empresas.

Los métodos de enseñanza son variados. En algunos cursos se utilizan clases magistrales y textos y en otros el aprendizaje se articula alrededor del análisis y discusión de "casos" reales o simulados.

V. Requisitos y Criterios de Admisión

Los candidatos a ingresar deberán demostrar aptitud académica y cumplir los siguientes requisitos:

- Experiencia laboral no menor a tres años en el sector.
- Aspiración de superación.
- Habilidades para el análisis.
- Predisposición para vencer un programa académico riguroso.
- Título de licenciatura o Certificado de egreso de un programa de licenciatura.
- Entrevista con el Director o con el Coordinador del programa.
- Manejo avanzado de herramientas informáticas (MS Excel, Power Point, Access, Word).

VI. Estructura del programa y malla curricular

Los participantes deben vencer seis módulos a lo largo de tres meses.

MÓDULO	MATERIA	FECHA	DOCENTE	HORAS		
				Aula	Práct.	Total
I.- La sociedad de la información	La economía global y el mapa mundial de medios y el entretenimiento	30 ene al 04 feb/2012	Guillermo Prommel 767 85901 gprommel@vanidades.bo gprommel@gmail.com	14	6	20
	Psicología social y del entretenimiento	06 al 11 feb/2012	Eduardo Panoso	14	6	20
II.- La construcción de ventajas en la era digital	Organización y cadena de valor en los Medios	13 al 18 feb/2012	Lunes: Raúl Garafulic Martes a sábado: Jaime Saavedra	14	6	20
	CARNAVALES					
	Marketing Estratégico y Branding	27 de feb al 03 mar/2012	Mauricio Zambrana	14	6	20
III.- Los medios tradicionales	La gestión de la empresa televisiva	05 al 10 mar/2012	Mariano Valdivieso (<i>Telart, Argentina</i>)	14	6	20
	La gestión de la industria editorial	12 al 17 mar/2012	Juan Antonio Quiroga, Carola Ossio y otro (dos días cada uno)	14	6	20
IV.- La gestión en medios no tradicionales	La gestión de la cultura y el entretenimiento	19 al 24 mar/2012	Rodrigo Vergara (<i>Productor General Festival de Viña</i>)	14	6	20
	Los medios 2.0	29 al 31 mar/2012	Marcelo Franco (<i>Maestría Periodismo Clarín – San Andrés</i>)	14	6	20
RECESO 1 SEMANA						
V.- Implementación de Planes	Marketing Operativo	09 al 14 abr/2012	Carlos Camacho	14	6	20
	Emprendedurismo (creación y gestión de proyectos)	16 al 21 abr/2012	Antonio Vargas	14	6	20
VI.- Liderazgo, creatividad e innovación	Liderazgo personal y liderazgo empresarial	23 al 28 abr/2012	Juan Carlos Vacaflo	14	6	20
	Cultura de la creatividad e innovación	03 al 05 may/2012		14	6	20
Presentación trabajo final	Viernes 04 de junio de 2012			168	72	240

VII. Contenidos

Módulo 1: La sociedad de la información

Materia 1. La economía global

El módulo introductorio brinda los fundamentos del programa tales como el contexto económico, la economía de los medios y sus finanzas. Asimismo, realiza un mapeo de medios en el mundo y en el país. La economía global del futuro.

Materia 2. Psicología social y del entretenimiento

Se plantea un acercamiento a las teorías que explican las conductas sociales así como a la psicología del entretenimiento y del ocio, para que el participante pueda reflexionar sobre su entorno y tomar decisiones con base a conocimientos precisos de sus públicos.

Módulo 2: Medios y sociedad en la era digital

Materia 3. Cadena de valor y organización de los medios

Esta materia hace énfasis en la organización de los medios e industrias culturales, en la cadena de valor de los mismos así como en la planeación estratégica, la toma de decisiones y la implementación de sistemas de control de calidad en los medios.

Materia 4. Marketing estratégico y branding

Análisis situacional, investigación de mercados y del comportamiento de los públicos. Marketing mix y creación y posicionamiento de una marca. El plan de marketing como herramienta estratégica y la marca como concepto estratégico. La utilización de las tecnologías 2.0 en el branding.

Módulo 3: Los medios tradicionales

Materia 5. Gestión y producción de contenidos en televisión

La televisión del futuro y los formatos de programas más exitosos, haciendo énfasis en los formatos de noticias y opinión. La producción de programas de entretenimiento y las estrategias de programación.

Materia 6. Gestión y producción de contenidos en la industria editorial

Análisis situacional y perspectivas del periódico, la revista y el libro. Los nuevos formatos editoriales y los agentes literarios. Las tendencias en la industria editorial.

Módulo 4: La gestión en medios no tradicionales

Materia 7. La gestión de la cultura y el entretenimiento

Bases para la creación de proyectos de entretenimiento y culturales: organización, recursos e ideas. La internacionalización de los proyectos creativos: hacia la confluencia de estrategias locales y globales. Formas de llevar a la práctica una acción conjunta, de generar valor y la construcción de un clúster. La planeación y producción de festivales musicales y culturales.

Materia 8. Los medios 2.0

Presente y futuro de los medios 2.0: El periodismo digital y los blogs. La convergencia de las tecnologías. La aparición de las redes sociales y su utilización en la actualidad como herramienta de comunicación.

Módulo 5: La implementación de planes

Materia 9. Marketing operativo

Revisión de las herramientas del marketing mix para alcanzar los objetivos. Planificación, ejecución y control de las acciones del marketing especializado en medios y entretenimiento.

Materia 10. Emprendedurismo. El módulo final del programa ayuda a los participantes a trabajar nuevas estrategias para el futuro, tomando en consideración los últimos desarrollos en el comportamiento de los consumidores y cambios en la economía global. Las sesiones examinarán tópicos como la planeación del escenario, mercadotecnia global, negociación y gestión intercultural.

Módulo 6: Liderazgo, creatividad e innovación

Materia 11. Liderazgo personal y liderazgo empresarial

Definición del rol del líder y definición del rol de la empresa líder.

Materia 12. Cultura de la creatividad e innovación

Durante esta materia, los participantes explorarán la naturaleza de las organizaciones creativas y los caminos para explotar las nuevas oportunidades. Los tópicos que se incluyen son las culturas creativas y la innovación, finanzas corporativas, operaciones y cómo gestionar o dirigir gente creativa. Estrategias creativas y gestión de la creatividad. La planeación del escenario – panorama gestión intercultural.

VIII. Horarios

De lunes a viernes: 19:00 a 21:00

Sábado: 9:00 a 13:00

Algunas docencias internacionales serán desarrolladas en el siguiente horario:

Jueves a viernes: 18:00 a 22:00

Sábado: 09:00 a 13:00

IX. Costos

Costo total: \$US 420

Inscripción: \$US 50

Matrícula: \$US 60

Colegiatura: \$US 210 (tres pagos de \$US 70)

Derecho a título: \$US 100

Socios de la Asociación de Periodistas de La Paz, de las Federaciones de Trabajadores de la Prensa de Bolivia y otras instituciones de periodistas, pueden optar al siguiente descuento:

Costo total: \$US 380

Inscripción: \$US 50

Matrícula: \$US 50

Colegiatura: \$US 180 (tres pagos de \$US 60)

Derecho a título: \$US 100

HORARIOS

De lunes a viernes: 19:00 a 21:00

Sábado: 9:00 a 13:00

Algunas docencias internacionales serán desarrolladas en el siguiente horario:

Jueves a viernes: 18:00 a 22:00

Sábado: 09:00 a 13:00