

Programa de estudio - Estrategias de producto para el periodismo: Cómo alinear contenido, audiencia, monetización y tecnología

Fechas: Del 23 de agosto al 19 de septiembre, 2021

Instructor: [Mariano Blejman](#)

Bienvenidos al curso en línea “Estrategias de producto para el periodismo: Cómo alinear contenido, audiencia, monetización y tecnología”, producido por el Centro Knight para el Periodismo en las Américas, en alianza con News Product Alliance, gracias al apoyo de Google News Initiative. Este curso ofrecido en cuatro módulos semanales desde el 23 de agosto al 19 de septiembre de 2021, busca ayudar a los periodistas a desarrollar una mentalidad de producto para implementar en sus rutinas y redacciones. Por favor, miren el video y lean abajo los detalles del curso, como el programa, metas, objetivos e instrucciones sobre cómo registrarse.

Objetivo

En este curso, aprenderá cuál es la mentalidad de producto y posiblemente se dé cuenta de que ya puede ser parte de su rutina. Se le presentarán los "principios ágiles", que ayudarán a que cualquier iniciativa nueva se implemente de forma orgánica. Comprenderá que desarrollar su visión y estrategia de producto es tan importante como comunicar ambos conceptos a su sala de redacción. Le daremos consejos sobre cómo crear productos que realmente importen a quienes los utilizan, mientras aprende a conocer a su usuario. Descubrirá que la mentalidad de la creación de prototipos puede ayudarlo a corregir la ruta con el producto que está creando. Además, obtendrá algunos consejos sobre cómo ser un influencer interno en su organización de medios, alinear a diferentes partes interesadas y hacer que las cosas sucedan. Finalmente, verá que trabajar en el mundo de Producto tiene más que ver con la creación de procesos para la mejora continua, con ciclos cortos de retroalimentación, creación de hipótesis y medición de resultados.

Para quién es este curso

Este curso está diseñado para periodistas, creadores de contenido digital, administradores de redes sociales, profesionales de la comunicación y emprendedores, gerentes de producto en general y profesionales de UX/UI interesados en los medios,

que buscan una introducción al universo del desarrollo de productos de medios digitales que buscan ser sostenibles.

Metas

Al final de nuestro MOOC, habrás aprendido a reconocer formas de desarrollar la mentalidad de Producto en tu rutina. También conocerá los conceptos de visión y estrategia del producto, y habrá aprendido cómo desarrollar un producto desde la identificación del problema hasta el conocimiento profundo de la audiencia, mientras aprende a observar la entrega rápida de valor basada en evidencia.

Herramientas requeridas

Durante este MOOC, necesitaran una computadora con acceso a Internet. Los participantes deben poder utilizar Documentos de Google, Hojas de cálculo de Google y Presentaciones de Google. ¡Y lápiz y papel!

Cómo funciona el curso

En primer lugar, tenga en cuenta que este es un curso asincrónico. Eso significa que no hay eventos en vivo programados en momentos específicos. Puedes iniciar sesión en el curso y realizar actividades durante la semana a tu propio ritmo, en los horarios y días que te resulten más convenientes. A pesar de su naturaleza asincrónica, existen estructuras durante la duración del curso. El material está organizado en cuatro módulos semanales. Cada módulo será impartido por [Mariano Blejman](#) y cubrirá un tema diferente a través de videos, presentaciones, lecturas y foros de discusión. Habrá un cuestionario cada semana para evaluar el conocimiento que ha adquirido a través de los materiales del curso. Los cuestionarios semanales y la participación semanal en los foros de discusión son los requisitos básicos para obtener un certificado de participación al finalizar el curso.

Este curso es muy flexible, y si estás atrasado con los materiales, tienes toda la duración del curso para completarlos. Le recomendamos que complete cada uno de los siguientes puntos antes del final de cada semana para no quedarse atrás:

- Video conferencias
- Lecturas / ejercicios
- Participación en los foros de discusión.
- Cuestionarios que cubren conceptos de video conferencias o lecturas.

Programa

Módulo de introducción: qué esperar en los próximos módulos

En este módulo, conocerá al instructor y aprenderá los objetivos del curso.

Así que vamos a empezar por recorrer los conceptos de Design Thinking y las distintas etapas que conlleva el desarrollo de producto desde la empatía, definir, idear, prototipar y validar. Por otro lado, vamos a conversar sobre los distintos tipos de clientes que tiene un Product Manager, cómo conformar los equipos, y revisaremos algunos de los conceptos de esta charla de Charo Henríquez que dio en la última Media Party, que es Editor, Newsroom Development and Support en el The New York Times, que nos va a servir para entender cómo trabajar con clientes internos.

Módulo 1: ¿Qué es Producto?

(Del 23 al 29 de Agosto, 2021)

Diferenciaremos el desarrollo de proyectos del desarrollo de productos y mostraremos que la mentalidad del producto y los principios ágiles se pueden utilizar en las actividades cotidianas de la sala de redacción.

En este módulo, aprenderá:

- Qué es y qué no es un producto;
- Por qué el desarrollo de productos y proyectos requiere un enfoque de trabajo completamente diferente;
- Ver las características inherentes al periodismo que son fundamentales en el desarrollo de productos;
- Mentalidad del producto: es posible que ya lo tenga y ni siquiera lo sepa;
- Cuáles son los principios ágiles y por qué, una vez que los conoces, no podrás vivir sin ellos.
- Entrevista para Módulo 1 - Caso de agilidad en la redacción: Andrew Leimdorfer, ex director de interactivos de BBC News.

Módulo 2: Del problema a la solución – y nunca al revés

(Del 30 de Agosto al 5 de Septiembre, 2021)

Trazaremos los caminos del descubrimiento de producto: identificaremos a las personas y los problemas de quienes usarán (y pagarán) el producto, construiremos hipótesis y diseñaremos la solución.

En este módulo, aprenderá:

- Espacio de usuario: definir la persona y conocerla bien a través de técnicas de investigación de usuarios;
- Espacio de problemas: descubrir, comprender y validar el problema que vamos a resolver;
- Espacio de solución: descubrir, comprender y validar la solución que vamos a proponer para resolver el problema;

- Aprendiendo a usar lean canvas;
- Entrevista para el Módulo 2 - Descubrimiento en la práctica: Nuno Vargas

Módulo 3: Visión, Estrategia y Roadmap de Producto

(Del 6 al 12 de Septiembre, 2021)

Le mostraremos cómo crear una visión, estrategia y hoja de ruta para sus productos, y abordaremos la importancia de comunicarlos bien dentro y fuera de su organización.

En este módulo, aprenderá:

- Cuál es la visión del producto y por qué definirlo bien es tan importante como comunicarlo correctamente;
- Cómo involucrar a las partes interesadas: la importancia de alinear las estrategias de productos y empresas y conquistar aliados;
- Ejercitar la redacción de la declaración de visión del producto y completar el tablero de visión del producto;
- Cuál es la estrategia del producto y en qué se diferencia de la visión del producto;
- La hoja de ruta como herramienta de comunicación que muestra dónde estamos y hacia dónde queremos ir;
- Técnicas de priorización para contener la necesidad de hacer todo a la vez;
- Entrevista para Módulo 3 - Roadmap de producto: el caso de los newsletters de Clarín. Agustina Gewerc

Módulo 4: Construcción y Feedback

(Del 13 al 19 de Septiembre, 2021)

Con la persona conocida, el problema y la solución claramente delineados y la visión definida, le mostraremos cómo entregar el producto correcto desde una mentalidad de creación de prototipos y ciclos cortos de retroalimentación.

En este módulo, aprenderá:

El MVP · La importancia de centrarse en ofrecer valor en "piezas pequeñas"

Construir, entregar, medir y mejorar: creando un ciclo de retroalimentación constante
¿Qué vamos a medir para saber si estamos siendo exitosos?

Design patterns (Patrones de diseño): por qué no hay que reinventar la rueda a la hora de diseñar productos.

Ejemplos de experimentación.

Certificado de finalización

Un **certificado de finalización** estará disponible para aquellas personas que cumplan con todos los requisitos del curso. Tras la confirmación de que se han cumplido los requisitos, el Centro Knight enviará un mensaje con la confirmación de que eres elegible para recibir el certificado. Hay una tarifa administrativa de US \$30 (treinta dólares estadounidenses), que se puede pagar con tarjeta de crédito. Después de la confirmación del pago, recibirás un correo electrónico con instrucciones para descargar

el certificado. El certificado no está asociado con ningún crédito académico. El certificado es otorgado por el Centro Knight para el Periodismo en las Américas para dar fe de la participación en el curso en línea.

Para ser elegible para un **certificado de finalización**, debes:

- Mirar las video clases semanales y realizar las lecturas semanales.
- Completar los cuestionarios semanales con un puntaje mínimo del 70%. (Puedes volver a realizar los cuestionarios tantas veces como sea necesario. Sólo se registrará la puntuación más alta).
- Crear o responder al menos a un tema en el foro de discusión semanal.

Al finalizar el curso, si has cumplido con todos los requisitos, te enviaremos un mensaje con instrucciones para realizar el pago y descargar el certificado. El proceso de verificación toma de tres a cinco días hábiles.