

Tendències de Desenvolupament d'Internet

Codi: 103093
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	OT	4	0

Professor de contacte

Nom: Carmina Crusafon Baques

Correu electrònic: Carmina.Crusafon@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Laura Cervi

Carmina Crusafon Baques

Prerequisits

No hi ha prerequisits.

Objectius

- Analitzar les principals línies d'evolució d'Internet des de la perspectiva de l'ecosistema mediàtic digital.
- Aprendre a avaluar una empresa mediàtica que desenvolupa les seves activitats a Internet.
- Aprendre les tècniques de presentació (oral i escrita) d'un projecte en el món empresarial.

Competències

- Aplicar el mètode científic adequadament, plantejar hipòtesis relatives a la comunicació periodística, validar i verificar les idees i els conceptes, i ressenyar correctament les fonts.
- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, i adquirir un coneixement sistemàtic de l'estructura dels mitjans de comunicació.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar de manera transversal els mètodes científics en l'anàlisi de la relació entre canvi tecnològic, el canvi social i accessibilitat als mitjans.
2. Aplicar el pensament científic amb rigor.
3. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
4. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
5. Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
6. Establir relacions entre el coneixement comunicatiu i les ciències socials, humanes i tecnològiques en procés d'implementació d'estratègies i polítiques de comunicació.
7. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
8. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
9. Valorar els impactes socials de la mediació tecnològica en la comunicació contemporània.

Continguts

TEMARI:

Tema 1: Estructura d'Internet: mapa de situació

- Tendències i mapes de negoci de l'ecosistema digital

Tema 2: Mercats, empreses i productes a Internet

- El model de negoci
- Tipologia d'empreses i productes: casos d'èxit

Tema 3: Regulació, participació i democràcia a Internet

- Marc regulador d'Internet
- Participació i democràcia a Internet

Tema 4: Com crear una empresa d'Internet?: les claus d'un projecte

- Idea
- Elaboració del projecte
- Presentació (pitch): acadèmica + professional
- Co - avaluació

Metodologia

L'assignatura seguirà una metodologia mixta: inclou classes d'exposició teòrica; activitats supervisades a l'aula; i aprenentatge autònom.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Aula	34	1,36	1, 2, 3, 4, 6, 8, 9
Seminaris	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	2, 3, 8

Tipus: Autònomes

Treball personal	79,5	3,18	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8
------------------	------	------	---------------------

Avaluació

L'avaluació de l'assignatura és sumativa. No cal aprovar cada activitat sinó que la suma total de les activitats serà la nota final de l'assignatura. És necessari presentar-se a totes les activitats d'avaluació per a obtenir la nota final.

Les activitats d'avaluació són:

A. 3 anàlisis de cas: 25 punts (5 + 10 + 10)

B. Un treball de curs: 75 punts

o Continguts del treball de curs: 25 punts

o Presentació acadèmica: 25 punts

o Projecte col·laboratiu (tasques + presentació): 25 punts

El calendari de les activitats és:

26 setembre: anàlisi de cas (tema 1)

31 octubre: anàlisi de cas (tema 2)

28 novembre: pràctica de seminari (tema 3)

5 desembre: primera presentació del treball de curs

9 gener: presentació del treball de curs

16 gener: presentació del treball davant de professionals

L'assistència a les activitats d'aula i d'avaluació és obligatòria per a tots els estudiants. De tota manera, existeixen un conjunt de circumstàncies que puntualment poden eximir de l'assistència amb el justificant corresponent (malaltia, operació quirúrgica, defunció d'un familiar, etc.).

Quan no es pot assistir a l'activitat d'avaluació pels motius abans esmentats, l'alumne haurà d'informar al professor a través d'un correu al Campus Virtual. Degut a la programació docent, no es pot reprogramar l'activitat un altre dia durant el semestre, però l'alumne podrà seguir amb l'avaluació continuada.

Les activitats d'avaluació que no s'hagin pogut realitzar pels motius abans esmentats es podran recuperar el dia 23 de gener 2018, data reservada per aquest tipus de circumstàncies.

Cal lliurar les activitats durant la data indicada i s'hauran de seguir les indicacions formals que consten a cadascuna de les fitxes tècniques. Fora d'aquest termini no es poden acceptar treballs per poder acomplir amb els terminis de correcció i entrega de notes.

Les notes de les activitats seran publicades a través del Campus Virtual. Per tal d'aclarir dubtes o atendre consultes, cada professor establirà un horari de tutoria.

REVALUACIÓ: Aquells estudiants que no hagi superat l'assignatura amb l'avaluació continuada, podran presentar-se a la reavaluació de l'assignatura que es realitzarà el dia 23 de gener de 2018. Hauran de superar una prova que constarà d'una activitat pràctica.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Pràctica avaluable - Tema 1	5	2	0,08	1, 2, 4, 9
Pràctica avaluable - Tema 2	10	2	0,08	1, 2, 3, 4, 6, 7, 9
Pràctica avaluable - Tema 3	10	2	0,08	1, 2, 3, 5, 6, 7, 9
Treball de curs - continguts del projecte	25	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Treball de curs - presentació acadèmica	25	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Bibliografia

ANDERSON, C. (2006). The Long Tail. Why the Future of Business is Selling Less of More, New York: Hyperion.

BAUER, J. M. i LATZER, M. (2016). Handbook on the Economics of the Internet, London: Edgar Elgan Publishing.

CASTELLS, M.(2009). Communication power. Oxford: Oxford University Press.

CRUSAFON, C. (2012). La nueva era mediática: las claves del escenario global. Barcelona: Bosch Comunicación.

DE KERCKHOVE, D. (1999). La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica. Barcelona: Gedisa.

DOMINGO, C. (2013). El viaje de la innovación. La guía definitiva para innovar con éxito. Barcelona: Gestión 2000.

JENKINS, H. (2006). Convergence culture. Where Old and New Media Collide, New York: New York University Press.

HALL, P. y PRESTON, P. (1990). La ola portadora. Nuevas tecnologías de la información y geografía de las innovaciones. Madrid: Fudesco.

IDATE (2013). Digiworld Yearbook 2013. Montpellier: IDATE.

MANSELL, R. (2012). Imagining the Internet. Communication, Innovation and Governance. Oxford: Oxford University Press.

MANSELL, R. y RABOY, M. (2011). The Handbook of Global Media and Communication Policy. Londres: Blackwell.

OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. (2010) Business Model Generation. Hoboken, New Jersey: Wiley.

RHEINGOLD, H (2004). Multitudes inteligentes : la próxima revolución social. Barcelona : Gedisa.

Webgrafia:

Pew Research Center - News & Media (<http://www.journalism.org/>)

Nieman Lab - Harvard University (www.niemanlab.org)

Columbia Journalism Review (www.cjr.org)

Digiday (www.digiday.com)