

Tendencias de Desarrollo de Internet

Código: 103093
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501933 Periodismo	OT	4	0

Contacto

Nombre: Carmina Crusafon Baques

Correo electrónico: Carmina.Crusafon@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Marcial Murciano Martínez

Carmina Crusafon Baques

Prerequisitos

No hay prerequisites.

Objetivos y contextualización

- Analizar las principales líneas de evolución de Internet desde la perspectiva del ecosistema mediático digital.
- Aprender a evaluar una empresa mediática que desarrolla sus actividades en Internet.
- Aprender las técnicas de presentación (oral y escrita) de un proyecto en el mundo empresarial.

Competencias

- Aplicar el método científico de forma adecuada, planteando hipótesis relativas a la comunicación periodística, validando y verificando las ideas y conceptos, y reseñando correctamente las fuentes.
- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la materia y sus diferentes ámbitos y subáreas, y adquirir un conocimiento sistemático de la estructura de los medios de comunicación.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar de forma transversal los métodos científicos en el análisis de la relación entre cambio tecnológico y accesibilidad a los medios.
2. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
3. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
4. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
5. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
6. Establecer relaciones entre el conocimiento comunicativo y las ciencias sociales, humanas y tecnológicas en proceso de implementación de estrategias y políticas de comunicación.
7. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
8. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
9. Valorar los impactos sociales de la mediación tecnológica en la comunicación contemporánea.

Contenido

TEMARIO:

Tema 1: Estructura de Internet: estado de la cuestión 2018

- Conceptos, tendencias y profesionales de referencia del ecosistema digital

Tema 2: Ecosistema mediático en Internet

- Medios digitales e innovación
- Tipología de empresas y productos periodísticos
- Análisis de casos de éxito (Cataluña, España, UE y EE.UU.)
- Regulación y políticas públicas

Tema 3: Internet más allá de los medios de comunicación

- Educación
- Política
- Salud
- Finanzas
- Bienestar social

Tema 4: Trabajo de curso - ¿Cómo crear una empresa de Internet?: las claves de un proyecto

- Idea
- Elaboración del proyecto
- Presentación (pitch)
- Co - evaluación

Los contenidos de la asignatura serán sensibles a los aspectos relacionados con la perspectiva de género.

Metodología

La asignatura combinará diferentes metodologías: clases con exposiciones teóricas, actividades prácticas y aprendizaje autónomo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			

Aula	34	1,36	1, 2, 3, 4, 6, 8, 9
Seminarios	17	0,68	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	2, 3, 8
Tipo: Autónomas			
Trabajo personal	79,5	3,18	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8

Evaluación

La evaluación de la asignatura es sumativa. No hay que aprobar cada actividad sino que la suma total de las actividades será la nota final de la asignatura. Es necesario presentarse a todas las actividades de evaluación para obtener la nota final.

Las actividades de evaluación son:

A. Cuatro actividades evaluables: 50 puntos

- a. Tema 1: 15 puntos
- b. Tema 2: 10 puntos + 15 puntos
- c. Tema 3: 10 puntos

B. Un trabajo de curso: 50 puntos

- a. Trabajo sobre el proyecto: 30 puntos
- b. Presentaciones sobre el trabajo: 20 puntos

El calendario de las actividades es:

- 02 de octubre: práctica evaluable del tema 1 (15 puntos)
- 23 de octubre: actividad aula del tema 2 (10 puntos)
- 06 de noviembre: práctica evaluable del tema 2 (15 puntos)
- 27 de noviembre: práctica evaluable del tema 3
- 04 de diciembre: primera presentación del trabajo de curso
- 8 y 15 enero: presentaciones del trabajo de curso

La asistencia a las actividades de aula y de evaluación es obligatoria para todo el alumnado. De todos modos, existen un conjunto de circunstancias que puntualmente pueden eximir de la asistencia con el justificante correspondiente (enfermedad, operación quirúrgica, fallecimiento de un familiar, etc.).

Cuando no se puede asistir a la actividad de evaluación por los motivos antes mencionados, el estudiante deberá informar al profesorado a través de un correo en el Campus Virtual. Debido a la programación docente, no se puede reprogramar la actividad otro día durante el semestre, pero podrá seguir con la evaluación continuada.

Las actividades de evaluación que no se hayan podido realizar por los motivos antes mencionados se podrán recuperar el día 22 de enero 2019, fecha reservada para este tipo de circunstancias.

Hay que entregar las actividades durante la fecha indicada y se deberán seguir las indicaciones formales que constan cada una de las fichas técnicas. Fuera de este plazo no se pueden aceptar trabajos para poder cumplir con los plazos de corrección y entrega de notas.

Las notas de las actividades serán publicadas a través del Campus Virtual. Para aclarar dudas o atender consultas, el profesorado establecerá un horario de tutoría.

Reevaluación: Los alumnos que no hayan superado la asignatura con la evaluación continua, y tengan como mínimo una nota de 3'5, podrán presentarse a la reevaluación conjunta de la asignatura que se realizará el día 22 de enero de 2019. Deberán superar una prueba que constará de varias actividades prácticas.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Práctica aula - Tema 2	10	2	0,08	1, 2, 3, 4, 6, 7, 9
Práctica evaluable - Tema 1	15	2	0,08	1, 2, 4, 9
Práctica evaluable - Tema 2	15	2	0,08	1, 2, 3, 5, 6, 7, 9
Práctica evaluable - Tema 3	10	1	0,04	1, 2, 4, 5, 8, 9
Trabajo de curso - contenidos del proyecto	30	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Trabajo de curso - presentaciones académicas	20	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Bibliografía

BIBLIOGRAFIA BÁSICA DEL CURSO:

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

Bauer, Johannes M. i Latzer, Michael (2016). *Handbook on the Economics of the Internet*, London: Edgar Elgan Publishing.

Bhatt, Swati (2017) *How Digital Communication Technology Shapes Markets. Redening Competition, Building Cooperation*. New York: Palgrave Macmillan.

Crusafon, Carmina (2012). *La nueva era mediática: las claves del escenario global*. Barcelona: Bosch Comunicación.

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

García Avilés, José Alberto (2018) *Pistas y tendencias sobre la innovación periodística*. Elche: MHU. (<http://mip.umh.es/blog/2018/04/23/nuevo-libro-pistas-tencias-innovacion-periodismo/>)

Kueng, Lucy (2017) *Going Digital A Roadmap for Organisational Transformation*. *Digital News Report*. Oxford: Reuters Oxford Institute. (<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/going-digital-roadmap-organisational-transformation>)

(2015) *Innovators in Digital News*. Londres: IB Tauris. (<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/innovators-digital-news>)

Mansell, Robin (2012). *Imagining the Internet. Communication, Innovation and Governance*. Oxford: Oxford University Press.

Mansell, Robin i Raboy, Marc (2011). *The Handbook of Global Mediaand Communication Policy*. Londres: Blackwell.

Osterwalder, Alex & Pigneur, Yves (2010) *Business Model Generation*. Hoboken, New Jersey: Wiley.

Nafria, Ismael (2017) *La reinención de The New York Times. Cómo la "dama gris" del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. (<http://www.ismaelnafria.com/nytimes/>)

Reuters Oxford Institute (2018) *Digital News Report* (<http://www.digitalnewsreport.org/>)

(2017) *The Global Expansion of Digital-Born News Media* (
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/global-expansion-digital-born-news-media>)

Para temáticas propias de cada tema, se recomendará una bibliografía específica.