

**Modelos, Estructuras y Regulación de los Medios y el Periodismo Digitales**

Código: 43962  
Créditos ECTS: 9

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4316493 Periodismo e Innovación en Contenidos Digitales	OB	0	1

## Contacto

Nombre: Carmina Crusafon Baques

Correo electrónico: Carmina.Crusafon@uab.cat

## Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

## Prerequisitos

No hay prerequisites para cursar la asignatura.

## Objetivos y contextualización

- Analizar la estructura del ecosistema digital periodístico.
- Proporcionar las bases de las dinámicas del entorno digital y las herramientas para su comprensión.
- Explicar los principales conceptos y tipologías de empresas y productos periodísticos digitales, así como el marco regulador y los nuevos perfiles profesionales.

## Competencias

- Adaptarse a nuevas situaciones, tener capacidad de liderazgo e iniciativa manteniendo la creatividad.
- Aplicar las herramientas de gestión, análisis, organización y planificación de la información de acuerdo a objetivos y proyectos informativos específicos.
- Comprender y analizar las tendencias y las dinámicas del cambio en el ecosistema comunicativo, informativo y regulador de la empresa periodística del siglo XXI.
- Conocer y evaluar los procesos de gestión y producción de contenido digital informativo, proponiendo soluciones innovadoras que integren el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

## Resultados de aprendizaje

1. Adaptar críticamente tecnologías y modelos de innovación de la empresa informativa al contexto normativo cambiante y globalizado.
2. Adaptarse con rapidez y solvencia a entornos de trabajo cambiantes y dinámicos y demostrar capacidad ejecutiva para cumplir con tareas asignadas.
3. Analizar críticamente los resultados de la implementación de las estrategias de posicionamiento y proponer alternativas para mejorar los éxitos alcanzados.
4. Aportar ideas y sugerencias innovadoras y creativas a las rutinas de trabajo de la empresa periodística.

5. Asumir con responsabilidad y autonomía diferentes roles dentro de la dinámica de producción y gestión de contenidos digitales en un entorno mediático.
6. Conocer y manejar las herramientas principales de posicionamiento y marketing digital atendiendo a los criterios de las audiencias activas y al consumo vinculado a las redes sociales.
7. Construir procesos autónomos y completos de producción de contenidos periodísticos de forma creativa, dinámica e innovadora.
8. Identificar y evaluar los procesos de transformación de la empresa y del ecosistema mediático para introducir modelos de innovación en los proyectos periodísticos.
9. Identificar y utilizar de forma precisa y bien definida metodologías de investigación aplicada sobre el uso de tecnologías de la información y la comunicación en la producción y gestión de los contenidos periodísticos.
10. Proponer nuevas formas de construcción de historias informativas a partir de la aplicación de procesos de organización y análisis informativo sobre diferentes objetos de estudio.
11. Proponer planes de posicionamiento digital de contenidos a partir del planteamiento de un problema de investigación o de la resolución de casos prácticos.
12. Resolver a partir de la aplicación de un método científico un problema de investigación aplicada, proponiendo resultados creativos.
13. Resolver situaciones relacionadas con la producción de la información asumiendo roles de liderazgo y proponiendo salidas creativas.

## **Contenido**

### **TEMA 1: EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS DE LOS MEDIOS DIGITALES**

- Ecosistema mediático digital
- Empresas periodísticas y modelo de negocio
- Evolución del periodismo digital

### **TEMA 2: TECNOLOGÍA Y MODELOS DE INNOVACIÓN EN LOS PROYECTOS Y PRODUCTOS PERIODÍSTICOS**

- Dinámicas y productos de innovación
- Aspectos económicos y de financiación de la innovación periodística
- Análisis de casos de éxito

### **TEMA 3: REGULACIÓN Y LEGISLACIÓN**

- Conceptos y dinámicas de la regulación digital
- Marco legal nacional, europeo e internacional

### **TEMA 4: NUEVOS PERFILES PROFESIONALES**

- Necesidades empresariales y nuevos perfiles profesionales
- Emprendeduría: ¿el nuevo camino profesional?

El temario ofrecerá contenidos desde una triple perspectiva: catalana/española, europea e internacional.

El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género.

## **Metodología**

La asignatura se desarrollará en sesiones teórico-prácticas. Las clases magistrales se dedicarán a la explicación de los conceptos centrales de la asignatura. Las sesiones prácticas tendrán las siguientes modalidades: análisis de caso, seminarios, debates y presentación oral de trabajos.

## **Actividades**

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Aula	60	2,4	1, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 12
Seminarios	28	1,12	1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 12, 13
Trabajo autónomo	115	4,6	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Tutorías	13,5	0,54	5, 7, 13

## Evaluación

El sistema de evaluación es sumativo y consta de las siguientes actividades:

- Un control de contenidos (15 puntos)
- Tres presentaciones orales de trabajos (30 puntos= 10 + 10 + 10)
- Dos trabajos escritos (30 puntos= 15 + 15)
- Asistencia y participación en clase (25 puntos)

El calendario de las actividades es:

- 26 octubre: presentación oral 1 (10 puntos)
- 16 noviembre: presentación oral 2 (10 puntos)
- 30 noviembre: trabajo escrito 1 (15 puntos)
- 21 diciembre: presentación oral 3 (10 puntos)
- 11 enero: control de contenidos (15 puntos)
- 18 enero: trabajo escrito 2 (15 puntos)

Es necesario presentar todas las actividades de evaluación para poder superar la asignatura. De todos modos, existen un conjunto de circunstancias que puntualmente pueden eximir de la asistencia y/o entrega de trabajos 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 alumno deberá informar a la profesora 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 el alumno 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 25 de enero de 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, cada profesor establecerá un horario de tutoría.

Durante las actividades de aula, se controlará la asistencia con una lista con firmas con el objetivo de poder computar el porcentaje correspondiente en la evaluación de la asignatura.

Reevaluación: Aquellos estudiantes que no haya superado la asignatura con la evaluación continua, y que tengan una nota superior a 3,5 puntos, podrán presentarse a la reevaluación completa de la asignatura que se realizará el día 25 de enero de 2019. Deberán superar una prueba que constará de dos partes: un control de contenidos y una parte práctica.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia y participación en clase	25	1,5	0,06	3, 4, 5, 8, 10, 12, 13
Control de contenidos	15	2	0,08	1, 3, 6, 8, 9, 12, 13
Presentaciones orales de trabajos	30	3	0,12	3, 4, 5, 7, 6, 8, 11
Trabajos escritos	30	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13

## Bibliografía

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. Redefining 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.

Evens, Tom and Karen Donders (2018) *Platform Power and Policy in Transforming Television Markets*. New York: Palgrave Macmillan.

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

Kueng, Lucy (2017). *Going Digital A Roadmap for Organizational 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*. Bristol: Tauris IB. (<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.

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/>)

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

Rashidian, Nushin; Pete Brown, and Elizabeth Hansen - with Emily Bell, Jonathan Albright, and Abigail Hartstone (2018). *Friend and Foe: The Platform Press at the Heart of Journalism*. New York: Tow Center - Columbia University. ([https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/the-platform-press-at-the-heart-of-journalism.php#executive-summary](https://www.cjr.org/tow_center_reports/the-platform-press-at-the-heart-of-journalism.php#executive-summary))

Reuters Oxford Institute (2018) *Digital News Report 2018*. Oxford: Reuters Institute. (<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>).

Van Kranenburg, Hans (Editor) (2017). *Innovation Policies in the European News Media Industry A Comparative Study*. London: Springer.

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

### **Newsletters**

Periodismo para gatos, elaborado por José Manuel Rodríguez

<https://mailchi.mp/7ac0347b6e81/pistas-de-la-semana-de-periodismo-para-gatos-62863>

Tendenci@s, newsletter semanal sobre medios digitales, elaborado por Ismael Nafría (

<http://www.ismaelnafria.com/boletin-tendencias/>)

Newsletter del Laboratorio de Periodismo, Fundación Luca de Tena ((<http://bit.ly/2HaoNuY>)

Monday Note (<https://mondaynote.com/>)

The Innovation Minute (<https://innovation.media/the-innovation-minute>)