

Tendencias de Desarrollo de Internet

Código: 103093
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501933 Periodismo	OT	4	0

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Anna Tous Rovirosa

Correo electrónico: Anna.Tous@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

Javier Salla Garcia

Prerequisitos

No hay prerequisitos.

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) aplicadas a casos de éxito de medios de comunicación.

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 2021

- 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
- ¿Cómo crear una empresa de Internet ?: las claves de un proyecto
- 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 - Análisis de casos de éxito (Cataluña, España, UE y EE.UU.)

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

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

Metodología

La asignatura seguirá una metodología semipresencial: las sesiones de teoría serán virtuales y las actividades de seminario serán presenciales.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Seminarios	17	0,68	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8
Sesiones virtuales	34	1,36	1, 2, 3, 4, 6, 8, 9
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. Tres prácticas evaluables: 45 puntos

Tema 1: 15 puntos

Tema 2: 15 puntos

Tema 3: 15 puntos

B. Participación en el aula y en las sesiones virtuales (asistencia y participación con preguntas, comentarios y reflexiones): 20 puntos

C. Un trabajo de curso: 35 puntos

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias

La asistencia a las actividades 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 el estudiante podrá seguir con la evaluación continuada.

Las actividades de evaluación que no se hayan podido realizar por los motivos antes mencionados se podrán recuperar en fecha reservada para este tipo de circunstancias.

Los alumnos que lo deseen podrán presentarse a una prueba adicional para subir nota. Se trata de una prueba que puede aumentar en un máximo de 10 puntos la nota final, y que sólo se puede realizar con una media de notable

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.

RECUPERACIÓN: El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades el peso de las que equivalga a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura. Para poder presentarse a la recuperación de la asignatura, se habrá tenido que obtener la nota media de 3,5. La actividad que queda excluida del proceso de recuperación es el trabajo de curso.

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad, ...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

SEGUNDA MATRÍCULA

En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en un análisis pormenorizado de los casos de éxito de los medios de comunicación catalanes, españoles e internacionales, usando la bibliografía específica indicada por el profesorado. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación activa en el aula y en las sesiones virtuales	20	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 8, 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	15	1	0,04	1, 2, 4, 5, 8, 9
Trabajo de curso - contenidos del proyecto	25	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Trabajo de curso - presentaciones académicas	10	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Bibliografía

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.

Casinos, Xavi (2013). *El misterio del yogur caducado o cómo reinventar los periódicos*. Barcelona: UOC.

Cerezo, Pepe (2020). *El impacto de la pandemia en la prensa*. Evoca White Paper.
<http://evocaimagen.com/dosieres/dosier-evoca-09-medios-y-coronavirus.pdf>

Cerezo, Pepe (2019). *Los medios ante los modelos de suscripción*. Barcelona: UOC.

Cerezo, Pepe (2018). *Los medios líquidos*. Barcelona: UOC.

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

Díaz Noci, Javier (2019). *Cómo los medios afrontan la crisis: retos, fracasos y oportunidades de la fractura digital*. El Profesional de la Información, [Vol. 28 Núm. 6: Estructuras de poder en 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>)

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

Masip, Pere (2008). *Internet a les redaccions: informació diària i rutines periodístiques*. Barcelona: Trípodos.

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.

Newman, Nic, et al. *Reuters Institute Digital News Report 2021*.

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

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

Nafria, Ismael (2017) *La reinvención 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/>)

Rusbridger, Alan (2018). *Breaking News: The Remaking of Journalism and Why It Matters Now*. London: Canongate.

Simon, David (2009). "The creator of 'The Wire' saves newspapers". *Business Insider*, 21 de juliol de 2009. <https://www.businessinsider.com/you-must-find-a-way-to-make-people-pay-for-content-2009-7?IR=T>

Software

No hay necesidades específicas de programario, más allà de las utilitzadas habitualmente por alumnos de cuarto.