

Titulació	Tipus	Curs
4316493 Periodisme i Innovació en Continguts Digitals	OB	0

Professor/a de contacte

Nom: Carmina Crusafon Baques

Correu electrònic: carmina.crusafon@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

No hi ha prerequisits per a cursar l'assignatura.

Objectius

- Analitzar l'estructura de l'ecosistema digital periodístic.
- Proporcionar les bases de les dinàmiques de l'entorn digital i les eines per a la seva comprensió.
- Explicar els principals conceptes i tipologies d'empreses i productes periodístics digitals, així com el marc regulador i els nous perfils professionals.

Competències

- Adaptar-se a noves situacions, tenir capacitat de lideratge i iniciativa mantenint la creativitat.
- Aplicar les eines de gestió, anàlisi, organització i planificació de la informació d'acord amb objectius i projectes informatius específics.
- Comprendre i analitzar les tendències i les dinàmiques del canvi en l'ecosistema comunicatiu, informatiu i regulador de l'empresa periodística del segle XXI.
- Conèixer i avaluar els processos de gestió i producció de contingut digital informatiu, i proposar solucions innovadores que integrin l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar críticament tecnologies i models d'innovació de l'empresa informativa al context normatiu canviant i globalitzat.

2. Adaptar-se amb rapidesa i solvència a entorns de treball canviants i dinàmics i demostrar capacitat executiva per complir les tasques assignades.
3. Analitzar críticament els resultats de la implementació de les estratègies de posicionament i proposar alternatives per millorar els èxits assolits.
4. Aportar idees i suggeriments innovadors i creatius a les rutines de treball de l'empresa periodística.
5. Assumir amb responsabilitat i autonomia diferents rols dins de la dinàmica de producció i gestió de continguts digitals en un entorn mediàtic.
6. Construir processos autònoms i complets de producció de continguts periodístics de manera creativa, dinàmica i innovadora.
7. Conèixer i fer servir les eines principals de posicionament i màrqueting digital d'acord amb els criteris de les audiències actives i el consum vinculat a les xarxes socials.
8. Identificar i avaluar els processos de transformació de l'empresa i de l'ecosistema mediàtic per introduir models d'innovació en els projectes periodístics.
9. Identificar i utilitzar de manera precisa i ben definida metodologies de recerca aplicada sobre l'ús de tecnologies de la informació i la comunicació a la producció i gestió dels continguts periodístics.
10. Proposar noves formes de construcció d'històries informatives a partir de l'aplicació de processos d'organització i l'anàlisi informativa sobre diferents objectes d'estudi.
11. Proposar plans de posicionament digital de continguts a partir del plantejament d'un problema de recerca o de la resolució de casos pràctics.
12. Resoldre a partir de l'aplicació d'un mètode científic un problema de recerca aplicada, proposant resultats creatius.
13. Resoldre situacions relacionades amb la producció de la informació assumint rols de lideratge i proposant sortides creatives.

Continguts

TEMA 1: EVOLUCIÓ I TENDÈNCIES DELS MITJANS DIGITALS

- Ecosistema mediàtic digital
- Empreses periodístiques i model de negoci
- Evolució del periodisme digital

TEMA 2: TECNOLOGIA I MODELS D'INNOVACIÓ EN ELS PROJECTES I PRODUCTES PERIODÍSTICS

- Dinàmiques i productes d'innovació
- Aspectes econòmics i de finançament de la innovació periodística
- Anàlisi de casos d'èxit

TEMA 3: NOUS PERFILS PROFESSIONALS

- Necessitats empresarials i nous perfils professionals
- Emprenedoria: el nou camí professional?

TEMA 4: REGULACIÓ I LEGISLACIÓ

- Conceptes i dinàmiques de la regulació digital
- Marc legal nacional, europeu i internacional

El temari oferirà continguts des d'una triple perspectiva: catalana / espanyola, europea i internacional.

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i a qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Aula	60	2,4	1, 3, 9, 8, 7, 10, 4, 12
Seminaris	28	1,12	6, 1, 3, 9, 8, 10, 4, 2, 13, 12
Treball autònom	115	4,6	6, 1, 3, 9, 8, 7, 10, 11, 4, 2, 13, 12, 5
Tipus: Supervisades			
Tutories	13,5	0,54	6, 13, 5

L'assignatura es desenvoluparà en sessions teoricopràctiques. Les classes magistrals es dedicaran a l'explicació dels conceptes centrals de l'assignatura. Les sessions pràctiques tindran les següents modalitats: anàlisi de cas, seminaris, debats i presentació oral de treballs.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Control de continguts	30	2	0,08	1, 3, 9, 8, 7, 13, 12
Presentacions de treballs	25	3,5	0,14	6, 3, 8, 7, 11, 4, 5
Treballs escrits	45	3	0,12	6, 1, 3, 9, 8, 7, 10, 11, 4, 2, 13, 12, 5

El sistema d'avaluació és sumatiu i consta de les següents activitats:

- Un control de continguts (30 punts)
- Presentacions de treballs (25 punts)
- Treballs escrits (45 punts)

Cal presentar totes les activitats d'avaluació per poder superar l'assignatura. De totes maneres, hi ha un conjunt de circumstàncies que puntualment poden eximir de l'assistència i / o lliurament de treballs amb el justificant corresponent (malaltia, operació quirúrgica, mort d'un familiar, etc.).

Quan no es pot assistir a l'activitat d'avaluació pels motius abans esmentats, l'alumne ha d'informar al professor/a a través d'un correu al Campus Virtual. A causa de 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 al gener de 2024, en una data reservada per a aquest tipus de circumstàncies.

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

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

Recuperació:

L'alumnat que suspengui l'assignatura en l'avaluació contínua (resultat de la suma de totes les activitats d'avaluació) podrà optar a presentar-se a una recuperació de l'assignatura, per optar a aconseguir l'aprovat en el curs. La prova de recuperació consistirà en un examen sobre tot el contingut impartit al llarg de les classes de teoria i pràctica. En la prova de recuperació també es podrà preguntar sobre l'actualitat informativa de les temàtiques del curs. L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura. Per poder presentar-se a la recuperació de l'assignatura serà necessari haver obtingut una nota mitjana mínima de 3,5.

PLAGI: L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

SEGONA MATRÍCULA: En cas de segona matrícula, l'alumnat podrà fer una única prova de síntesi que consistirà en un control de continguts, resolució d'exercicis pràctics i una prova oral per comentar algun dels temes tractats durant el curs. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi. L'estudiant que vol fer aquesta prova de síntesi ho ha de comunicar per escrit a la coordinadora de l'assignatura.

AVALUACIÓ ÚNICA:

El sistema d'avaluació única de l'assignatura està basat en els següents percentatges:

- A) 50% Prova teòrica sobre el temari de continguts
- B) 30% Prova escrita de resolució de 3 casos pràctics.
- C) 20% Presentació oral per comentar i argumentar sobre algun de les temes inclosos en el temari de l'assignatura.

La nota de l'avaluació única serà el resultat de les notes de les proves teòrica, escrita i presentació oral.

Les dates de realització d'aquestes proves s'anunciarà al principi de curs a través del calendari de l'assignatura.

RECUPERACIÓ DE L'AVALUACIÓ ÚNICA: Consistirà en una prova de síntesi que incorporarà preguntes test sobre continguts, resolució de casos i una part d'exposició oral. S'hi podran presentar aquells estudiants que s'hagin presentat a les proves de l'avaluació única i hagin obtingut com a mínim un 3'5 en la nota de conjunt de l'assignatura. La data s'anunciarà a l'inici del curs.

Bibliografia

ALBARRAN, Alan B. (2019). A Research Agenda for Media Economics. Cheltenham: Elgar.

ALBORNOZ, Luis i GARCÍA LEIVA, Trinidad (eds.) (2017) Diversidad e industria audiovisual. El desafío cultural del siglo XXI, México: Fondo de Cultura Económica.

- 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/>)
- BREVINI, Benedetta; SWIATEK, Lukasz (2020) Amazon: Understanding a Global Communication Giant. New York: Routledge
- CEREZO, Pepe (2022). Deconstruyendo los medios. Madrid: Almuzara.
- DÖNDERS, Karen (2021). Public service media between theory, rules, and practice. New York: Palgrave Macmillan.
- DOYLE, Gillian (2016) Digitization and changing windowing strategies in the television industry: negotiating new windows on the world, *Television and New Media*, 17(7), p. 629-645.
- FERNÁNDEZ-ROVIRA, Cristina y GIRALDO-LUQUE, Santiago (2020). La felicidad privatizada. Monopolios de la información, control social y ficción democrática en el siglo XXI. Editorial UOC
- FLEW, Terry; IOSIFIDIS, Petros; i STEEMERS, Jeanette (eds.) (2016) Global media and national policies. The return of the State, Londres: Palgrave Macmillan.
- GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente (2016). Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias. Barcelona: Editorial UOC.
- GERSHON, Richard A. (2020) Media, Telecommunications and Business Strategy. London: Routledge
- HALLIN, Daniel i MANCINI, Paolo (2008). Sistemas de medios comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Barcelona: Hacer.
- KUENG, Lucy (2021) HEARTS AND MINDS: HARNESSING LEADERSHIP, CULTURE, AND TALENT TO REALLY GO DIGITAL. Oxford: Reuters Oxford Institute.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-11/Kueng%20-%20Hearts%20and%20Minds%20F>
- (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>
- LEE, Micky (2019) Alphabet: The Becoming of Google. London: Routledge.
- MANSELL, Robin (2012). Imagining the Internet: Communication, Innovation, and Governance. Oxford: Oxford University Press.
- MANSELL, Robin i STEINMUELLER, W. Edward (2020) Advanced Introduction to Platform Economics. Cheltenham: Elgar.
- MATEI, Sorin Adam, REBILLARD, Franck, ROCHELANDET, Fabrice (Eds.) (2021). Digital and Social Media Regulation. A Comparative Perspective of the US and Europe. LONDON: Palgrave.
- 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/>).
- NICHOLS, Randy and MARTINEZ, Gabriela (eds.) (2020) Political Economy of Media Industries. Global Transformations and Challenges. New York: Routledge
- OSTERWALDER, Alex & PIGNEUR, Yves (2010). Business Model Generation. Hoboken, New Jersey: Wiley.
- PICARD, Robert (2020). Media and Communications Policy Making. New York: Palgrave Macmillan.

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)

REUTERS OXFORD INSTITUTE (2023) *Digital News Report 2023*. 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>).

SHEN, Hong (2021) *Alibaba: Infrastructuring Global China*. London: Routledge.

TANG, Min (2020) *Tencent: The Political Economy of China's Surging Internet Giant*. London: Routledge

TÚÑEZ-LÓPEZ, Miguel; CAMPOS-FREIRE, Francisco; y RODRÍGUEZ-CASTRO, Marta (Eds.) (2021). *The values of public service media in the Internet society*. London: Palgrave Macmillan.

TURKLE, Sherry (2019). *En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital*. Barcelona: Ático de los libros.

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

ZALLO, Ramón (2016) *Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder*, Barcelona: Gedisa.

Programari

No hi ha programari específic.

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	60	Espanyol	primer quadrimestre	matí-mixt