

## Modelos de Negocio de Empresas Comunicativas

Código: 104994

Créditos ECTS: 6

**2025/2026**

Titulación	Tipo	Curso
Periodismo	OT	3
Periodismo	OT	4

### Contacto

Nombre: Miguel Urmeneta Arbusa

Correo electrónico: miguel.urmeneta@uab.cat

### Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

### Prerrequisitos

Asignatura optativa de tercero y cuarto en el Grado de Periodismo. Será necesario que el alumnado tenga un conocimiento de temas de actualidad, y demuestre capacidad para el correcto uso oral y escrito del catalán y el castellano. Hay que tener en cuenta que el alumnado habrá realizado asignaturas obligatorias relacionadas con esta asignatura y que ello permitirá que ya tenga las capacidades técnicas necesarias para el desarrollo de actividades específicas.

### Objetivos y contextualización

1. Integrar la dimensión empresarial en el concepto del periodismo y de los medios de comunicación.
2. Emplear modelos de análisis de mercado y de empresa.
3. Conocer diferentes casos de empresas periodísticas y las tendencias actuales en lo que se refiere al diseño de producto y el impacto del entorno tecnológico en la producción de contenidos, su consumo y su monetización.
4. Elaborar y presentar un proyecto empresarial propio en el ámbito de la comunicación.

### Competencias

#### Periodismo

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Demostrar un conocimiento adecuado de la realidad socio-comunicativa de Cataluña en el contexto español, europeo y mundial.
- 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.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.

- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

## Resultados de aprendizaje

1. Analizar la dimensión económica de los medios de comunicación.
2. Analizar los indicadores de sostenibilidad de las actividades académico-profesionales del ámbito integrando las dimensiones social, económica y medioambiental.
3. Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
4. Comparar la realidad socio-comunicativa de Cataluña con el contexto español y europeo desde el punto de vista de las industrias culturales.
5. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
6. Describir la estructura, el funcionamiento y la gestión de la empresa de comunicación.
7. Explicar la realidad socio-comunicativa de Cataluña en el contexto español y europeo desde el punto de vista económico y el tejido empresarial.
8. Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
9. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
10. Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
11. Proponer nuevas maneras de medir el éxito o el fracaso de la implementación de propuestas o ideas innovadoras.
12. Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
13. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
14. Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
15. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
16. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
17. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
18. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

## Contenido

1. El periodismo como misión empresarial.
2. Los públicos: hábitos y necesidades informativas.
3. Productos informativos, modelos de negocio y entorno digital.
4. Proyecto empresarial en el ámbito de la comunicación.

(\*) 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 distintos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias,

el profesor informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

En una de las sesiones de la asignatura se destinarán unos 15 minutos para que los estudiantes puedan responder a las encuestas de evaluación de la actuación docente y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clase magistral	15	0,6	2, 1, 3, 4, 6, 5, 7, 8, 9, 10, 12, 15, 17
Seminarios y prácticas	33	1,32	2, 1, 3, 4, 6, 5, 7, 8, 9, 10, 12, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	42	1,68	2, 1, 3, 4, 6, 5, 7, 8, 9, 10, 12, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Tipo: Autónomas			
Trabajo autónomo	60	2,4	2, 1, 3, 4, 6, 5, 7, 8, 9, 10, 12, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18

El desarrollo del curso se llevará a cabo dentro de las siguientes metodologías docentes:

Clases magistrales

Seminarios

Clases invertidas

Estudios de caso

Learning by doing

Sesiones con invitado

Desarrollo y presentación del proyecto final

El centro del curso es el trabajo final, un proyecto de empresa de comunicación, que será tutorizado de forma constante en los grupos de prácticas de la asignatura.

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.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
--------	------	-------	------	---------------------------

Examen final	30%	0	0	2, 1, 3, 4, 5, 7, 10, 15, 16, 17, 18
Participación en las actividades del curso	20%	0	0	1, 3, 6, 5, 8, 12, 15, 16
Presentación oral ( proyecto final)	20%	0	0	6, 5, 8, 12, 13, 14, 16
Proyecto final	30%	0	0	2, 1, 3, 4, 6, 5, 7, 8, 9, 10, 12, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18

#### Actividades de evaluación:

- A. 30% elaboración de un proyecto empersarial de comunicación.
- B. 20% presentación del proyecto elaborado
- C. 30% examen final
- D. 20% participación en clase.

La evaluación constará de tres partes: la parte teórica, la elaboración y presentación de un proyecto empersarial de comunicaciones y la participación y proactividad en las sesiones lectivas. El proyecto tendrá un peso del 50% sobre la nota final (30% el proyecto y 20% la presentación).

El examen teórico (30% de la nota final) será la resolución teórica por escrito de problemas y situaciones relacionados con lo explicado en clase.

En caso de suspender alguno de los tres apartados, no todos podrán recuperarse. El proyecto y su presentación (así como la participación en clase) no pueden recuperarse, son prácticas en grupo que se realizan durante buena parte del semestre. El examen teórico puede recuperarse al final del semestre.

Esta asignatura no contempla la realización de evaluación única, ni tampoco de una prueba de síntesis para segundas matrículas.

#### Plagio:

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 diversas irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

## Bibliografía

### Básica

Cerezo, P. (2022). Deconstruyendo los medios: Cómo adaptar las empresas de comunicación al entorno digital. Almuzara.

Digital News Report 2025. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. Disponible en: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2025>>

Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2026. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. Disponible en: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/periodismo-medios-y-tecnologia-tendencias-y-predicciones-para-2026>>

### Complementaria

- Cerezo, P. (2018). Los medios líquidos: la transformación de los modelos de negocio. Editorial UOC.
- Cerezo, P. (2019). Los medios ante los modelos de suscripción. Editorial UOC.
- Clark, T., Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2012). Tu modelo de negocio. Editorial Deusto.
- Covey, S. (2011). Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva. Booket.
- García Avilés, J. A. (2025). Águilas y colibríes: Periodistas innovadores en Europa. Playhacks.

## Software

Al tratarse de una asignatura práctica, el software requerido es el habitual para la realización de las tareas periodísticas de producción de contenidos en diferentes formatos.

En concreto, se requieren las siguientes herramientas:

Software de edición de audio: Audacity  
 Software de edición de textos: Word o similar  
 Software de edición de imágenes: Canva  
 Software de análisis de datos: Excel o similar

## Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(SEM) Seminarios	11	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	1	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto