

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

Código: 43962  
Créditos ECTS: 9

**2025/2026**

Titulación	Tipo	Curso
Periodismo e Innovación en Contenidos Digitales	OB	0

## Contacto

Nombre: Carmina Crusafon Baques

Correo electrónico: carmina.crusafon@uab.cat

## Idiomas de los grupos

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

## Prerrequisitos

No hay prerrequisitos para cursar la asignatura.

## Objetivos y contextualización

- Analizar la estructura y el funcionamiento del ecosistema digital periodístico.
- Proporcionar las bases teóricas y prácticas para comprender las dinámicas del entorno digital y las herramientas necesarias para su análisis.
- Explicar los conceptos clave, las principales tipologías de empresas y productos periodísticos digitales, así como el marco regulador vigente y los nuevos perfiles profesionales emergentes en el sector.

## 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

### Temario

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

- Ecosistema mediático digital
- Empresas periodísticas
- Modelo de negocio digital

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

- Tecnología e innovación en el negocio periodístico
- Los productos periodísticos innovadores
- Análisis de casos de éxito

#### TEMA 3: REGULACIÓN Y LEGISLACIÓN

- Políticas públicas digitales
- 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?
- Nuevos caminos profesionales en el ecosistema de la IA

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 y con el uso del lenguaje inclusivo.

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 en cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por motivos de fuerza mayor según las autoridades competentes, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
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, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	13,5	0,54	5, 7, 13

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. En algunas actividades, se podrá utilizar la metodología docente del aula invertida.

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
Control de contenidos	30	2	0,08	1, 3, 6, 8, 9, 12, 13
Presentaciones de trabajos	40	5	0,2	3, 4, 5, 6, 7, 8, 11
Trabajos escritos	30	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

Sistema de evaluación

La evaluación de la asignatura es de tipo sumativo y se compone de las siguientes actividades:

- Control de contenidos (30 puntos)
- Presentaciones de trabajos (40 puntos)
- Trabajos escritos (30 puntos)

Para superar la asignatura es imprescindible presentar todas las actividades de evaluación.

#### Faltas justificadas

En casos excepcionales debidamente justificados (enfermedad, intervención quirúrgica, fallecimiento de un familiar, etc.), se podrá eximir al alumnado de asistir o entregar alguna actividad en la fecha prevista. En estos casos, el estudiante deberá informar al profesorado a través del Campus Virtual, adjuntando el justificante correspondiente.

Debido a la planificación docente, las actividades no podrán reprogramarse dentro del semestre. No obstante, el alumnado podrá continuar con el sistema de evaluación continuada. Las actividades no realizadas por causas justificadas podrán recuperarse en enero de 2026, en una fecha específica prevista para este tipo de incidencias.

#### Entrega de actividades

Las actividades deberán entregarse en las fechas indicadas y siguiendo las instrucciones formales establecidas en cada ficha técnica. No se aceptarán entregas fuera de plazo, para garantizar los tiempos de corrección y la publicación de calificaciones.

#### Publicación de calificaciones y revisiones

Las calificaciones se publicarán en el Campus Virtual. Una vez publicada cada nota, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días naturales para presentar consultas o reclamaciones.

#### Tutorías

La docente establecerá un horario de tutoría para resolver dudas y hacer un seguimiento individualizado del aprendizaje del alumnado.

#### Recuperación

El alumnado tendrá derecho a recuperación si ha sido evaluado en un conjunto de actividades que representen al menos dos tercios (2/3) de la calificación total de la asignatura. Para poder presentarse a la recuperación, será necesario haber obtenido una nota media mínima de 3,5 sobre 10.

#### Plagio

Cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad, etc.) en una actividad de evaluación supondrá una calificación de 0 en dicha actividad. Si se detectan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será también de 0.

#### Uso de la Inteligencia Artificial (IA)

Se permite el uso de tecnologías de IA únicamente como herramienta de apoyo, por ejemplo, para búsquedas de información o bibliografía, corrección de textos, traducciones, o en otros casos expresamente indicados por el profesorado.

El alumnado deberá declarar claramente qué partes del trabajo han sido generadas con IA, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre su influencia en el proceso y el resultado de la actividad. La falta de transparencia en el uso de IA será considerada una falta de honestidad académica y podrá suponer una penalización parcial o total en la nota de la actividad, o sanciones más graves si procede.

#### Segunda matrícula

En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá optar por realizar una prueba de síntesis única, que constará de un control de contenidos y una serie de ejercicios prácticos. La calificación final de la asignatura corresponderá íntegramente a la nota obtenida en esta prueba.

El alumnado que desee acogerse a esta opción deberá comunicarlo por escrito a la coordinadora de la asignatura al inicio del semestre.

#### Evaluación única

El alumnado que opte por la evaluación única será evaluado de la siguiente manera:

- 50% Prueba teórica sobre los contenidos del temario
- 30% Prueba escrita con resolución de tres casos prácticos
- 20% Presentación oral sobre una política de comunicación analizada en clase

La nota final será el resultado ponderado de estas tres pruebas.

Las fechas de realización de estas pruebas se anunciarán al inicio del curso en el calendario de la asignatura.

#### Recuperación de la evaluación única

Consistirá en una prueba de síntesis que incluirá:

- Preguntas tipo test sobre contenidos
- Resolución de casos
- Exposición oral

Podrán presentarse únicamente aquellos estudiantes que hayan participado en la evaluación única y hayan obtenido una nota mínima de 3,5 en el conjunto de pruebas.

La fecha de la recuperación se anunciará al inicio del curso.

## Bibliografía

AVILÉS, José Alberto (2025). Águilas y colibríes: periodistas innovadores en Europa. Alicante: PLAYHACKS.

CEREZO, Pepe (2022). Deconstruyendo los medios. Madrid: Almuzara.

DÖNDERS, Karen (2021). Public service media between theory, rules, and practice. New York: Palgrave Macmillan.

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 y MARTIN, Fiona R (eds.) (2022) Digital Platform Regulation. Global Perspectives on Internet Governance. New York: Palgrave Macmillan.

GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente y Pérez-Serrano María José (2024). Grupos de comunicación españoles: final de etapa. Barcelona: Editorial UOC.

KUENG, Lucy (2023) Strategic Management in the Media: Theory to Practice. Third Edition. London: Sage.

LOTZ, AMANDA D. (2025) After Mass Media. Storytelling for Microaudiences in the Twenty-First Century. New York: New York University Press.

LOTZ, AMANDA D. y HAVENS, Thimothy (2025) Media Industries in the Digital Age. How Media Business Work today. Cambridge: Polity Press

MANSELL, Robin y 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 (2023) Clarín, actualizado. El relato de la transformación digital del diario Clarín. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

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.

REUTERS OXFORD INSTITUTE (2025) Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute. (  
<http://www.digitalnewsreport.org/> ).

## Software

No hay programario específico.

## 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
(TEm) Teoría (máster)	60	Español	primer cuatrimestre	mañana-mixto