

Guía docente de la asignatura

Gestión de la Empresa Informativa y Periodística Digital (MB2/56/1/17)

Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 08/06/2022

Máster

Máster Universitario en Nuevos Medios Interactivos y Periodismo Multimedia

MÓDULO

Módulo 3: Nuevas Perspectivas en Comunicación Multimedia e Interactiva

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO

Escuela Internacional de Posgrado

Semestre

Segundo

Créditos

3

Tipo

Optativa

Tipo de enseñanza

Presencial

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

No aplica.

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Máster)

- Análisis y diagnóstico de los nuevos contextos y medios de información periodística.
- Nuevos modelos de emprendimiento empresarial en medios informativos en Internet.
- Dirección estratégica en la nueva empresa de información digital.
- Diseño organizativo de proyectos, estrategias comerciales y de gestión de personas en proyectos de periodismo digital, inversión y financiación de empresas informativas digitales.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de



investigación.

- CB7 - 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.
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

- CG01 - Exponer de forma adecuada los resultados de una investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los principios disciplinares básicos de las ciencias de la comunicación.
- CG05 - Ser capaz de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos, gestionándolos eficientemente, asumiendo los principios de la responsabilidad social.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE22 - Desarrollar la capacidad de puesta en marcha de un proceso emprendedor a través de una empresa informativa periodística digital, basándose en conocimientos teóricos y críticos sobre las estrategias disponibles en dicho proceso.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT04 - Poseer conocimientos avanzados del entorno económico, político, social y cultural que sirvan de soporte para interactuar e intervenir profesionalmente en los ámbitos del periodismo y los nuevos medios de comunicación contemporáneos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

- El alumnado conocerá las diferentes herramientas de análisis, formulación y puesta en marcha de estrategias de creación y desarrollo de una empresa informativa digital;
- El alumnado comprenderá el potencial y las posibilidades de las diferentes formas organizativas y de los nuevos modelos de gestión de empresas de información periodística digital;
- El alumnado será capaz de valorar de forma crítica las diferentes opciones y herramientas estratégicas en las áreas funcionales fundamentales de una organización, para la puesta en marcha de un proceso emprendedor a través de una empresa de información periodística digital.
- El alumnado trabajará integrando un equipo en el que desarrollarán un plan de emprendimiento de una empresa periodística digital, demostrando su capacidad de asumir roles



y de llevar a cabo iniciativas y poner recursos a disposición de la consecución de un objetivo final.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

1. La dirección estratégica en la nueva empresa de información digital. Diagnóstico de los nuevos contextos y medios de información periodística.
2. Nuevos modelos de emprendimiento empresarial en medios informativos en Internet. Modelo Canvas.
3. Organización de la empresa informativa multimedia. Dirección de personas en proyectos de periodismo digital.
4. Nuevas tendencias de gestión y estrategias comerciales de la empresa informativa digital.
5. Gestión económico-financiera de una empresa informativa. Los ingresos y gastos en empresas informativas digitales.
6. El plan de empresa. La creación de una empresa informativa.

PRÁCTICO

Se aplicará un componente práctico a cada tema del temario.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

- Cerezo, P. (2017): Dossier: En busca del modelo de negocio. Evoca.
- García- Avilés et al. (2016): Cómo innovar en periodismo. Entrevistas a 27 profesionales. Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Nuñez, V., Peinado, F. y Pérez, M.J. (2015): La empresa informativa en la era digital. Ediciones CEF.
- Osterwalder y Pigneur (2011): Generación de modelos de negocio. Deusto.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Aguado, G., Galán, J., Beaumont, J. y García, L.J. (2009): Organización y gestión de la empresa informativa. Madrid. Síntesis.

- Caro, F.J. (2009): Gestión de empresas informativas. Mc.Graw-Hill/Interamericana de España.
- De Mateo, C., Bergés, L. y Sabater, M. (2009): Gestión de empresas de comunicación. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Madrid.
- Flores, J. y Aguado, G. (2005): Modelos de negocio en el ciberperiodismo. Madrid. Editorial Fragua.
- Medina, M. (2005): Estructura y gestión de empresa audiovisuales. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.
- Nieto, A. e Iglesias, F. (2000): La empresa informativa. Ariel. Barcelona.
- Población, J. I. y GarcíaAlonso, P. (1997): Organización y gestión de la empresa informativa. Madrid, CIEDossat 2000.



- Robles, G. (2009): La empresa informativa como empresa de tendencia. Pamplona. Eunsa.
- Sánchez, A. (2000): Dirección estratégica de empresas de comunicación. Ediciones Cátedra. Madrid.

ENLACES RECOMENDADOS

- Centro de Información y Creación de Empresas (Circe). Dirección General de la Industria y mediana empresa. Ministerio de Industria, Energía y Turismo: <http://portal.circe.es/es-ES/queescirce/Paginas/QueEsCirce.aspx>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM): <http://www.gemconsortium.org/>
- Todo Startups: <http://www.todostartups.com/>
- Pulso Social: <http://pulsosocial.com>

METODOLOGÍA DOCENTE

- MD01 Lección magistral/expositiva
- MD03 Resolución de problemas y estudio de casos prácticos
- MD08 Realización de trabajos de producción y realización audiovisual en grupo
- MD09 Realización de trabajos de escritura de guiones, fotografía, montaje individuales
- MD10 Realización de trabajos teóricos y prácticos en grupo
- MD14 Seguimiento y tutorización de ejercicios y foros online (plataforma Prado2)

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

El artículo 17 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que la convocatoria ordinaria estará basada preferentemente en la evaluación continua del estudiante, excepto para quienes se les haya reconocido el derecho a la evaluación única final.

Las pruebas y los criterios de evaluación se detallan a continuación. Entre paréntesis se indica el porcentaje sobre la calificación final de cada prueba:

- Valoración final de informes y/o trabajos, pruebas, ejercicios y problemas resueltos en clase, de forma grupal o individual, a lo largo del curso (30%).

- Entrega final de un trabajo final a definir por el profesorado durante las sesiones presenciales (70%).

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

El artículo 19 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria dispondrán de una convocatoria extraordinaria. A ella podrán concurrir todos los estudiantes, con independencia de haber seguido o no un proceso de evaluación continua. De esta



forma, el estudiante que no haya realizado la evaluación continua tendrá la posibilidad de obtener el 100% de la calificación mediante la realización de una prueba y/o trabajo.

La evaluación, en tal caso, consistirá en:

- **Prueba escrita:** 10 puntos mediante una prueba escrita referida a los contenidos del curso con un programa idéntico al de la convocatoria ordinaria.

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

El artículo 8 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que podrán acogerse a la evaluación única final, el estudiante que no pueda cumplir con el método de evaluación continua por causas justificadas. Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de las clases, lo solicitará, a través del procedimiento electrónico, a la Coordinación del Máster, quien dará traslado al profesorado correspondiente, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua.

La evaluación, en tal caso, consistirá en:

- **Prueba escrita:** 10 puntos mediante una prueba escrita referida a los contenidos del curso con un programa idéntico al de la convocatoria ordinaria.

INFORMACIÓN ADICIONAL

No procede.

