

TITULACIÓN: GRADO EN PERIODISMO

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS PERIODÍSTICAS**

Curso: TERCERO Semestre: Primero.

Tipo: Formación Básica

Obligatoria

Optativa

Créditos totales(LRU / ECTS): 6

Créditos teóricos: 4

Créditos prácticos: 2

Año del Plan de Estudio: 2010

DESCRIPTORES

La asignatura de Organización y Gestión de Empresas Periodísticas se centrará en el análisis de las organizaciones periodísticas, haciendo especial hincapié en la comprensión de las estructuras internas y las relaciones que se establecen entre los distintos departamentos que componen la organización (Redacción, Marketing, Publicidad, Gerencia, etcétera).

A través del estudio pormenorizado de la situación del mercado periodístico y de los modelos de negocio existentes, se explicará cómo funcionan las empresas periodísticas, su tipología singular y el modo en que se están transformando y reorganizando con la irrupción de las nuevas tecnologías y la transformación de los hábitos de consumo de información.

Además, se establecerán modelos de trabajo para el emprendimiento de empresas periodísticas siguiendo la metodología Canvas y se trabajarán casos prácticos de gestión de proyectos periodísticos desde el punto de vista editorial como comercial y financiero.

OBJETIVOS

1. Ofrecer a los futuros profesionales de las empresas informativas una visión integradora de los distintos subsistemas que configuran el sistema de la empresa periodística.
2. Suministrar un esquema de trabajo que permita abordar de manera racional el proceso de puesta en marcha de una nueva empresa periodística.
3. Fomentar entre el alumnado el espíritu emprendedor como fórmula de inserción profesional.
4. Favorecer el contacto directo de los estudiantes con la realidad empresarial.
5. Estimular la adquisición de otras habilidades necesarias para el buen desempeño profesional del alumnado: trabajo en equipo, esfuerzo investigador, capacidad de debate, racionalidad en la toma de decisiones, capacidad expositiva oral y escrita, espíritu crítico, etc.

COMPETENCIAS

Competencias transversales genéricas:

G01 Saber aplicar los conocimientos básicos de cada módulo o asignatura a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del mundo de la comunicación y el periodismo.

G02 Capacidad para reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

G03 Poder transmitir información, ideas, problemas y sus soluciones, de forma oral o escrita, a un público tanto especializado como no especializado.

G04 Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

G05 Saber utilizar herramientas de búsqueda de recursos documentales y bibliográficos.

G06 Poseer habilidades y aptitudes que favorezcan el espíritu emprendedor en el ámbito de aplicación y desarrollo de su formación académica.

Competencias específicas:

E09 Capacidad de reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político.

E23 Capacidad y habilidad para aplicar el pasado al presente y el presente al futuro sobre la base del pasado.

E27 Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.

E28 Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.

E35 Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos.

E39 Comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con algunos de ellos de uso corriente en los medios de comunicación y capacidad y habilidad para saber utilizar datos y estadísticas de manera correcta y comprensible para la divulgación mayoritaria.

E40 Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Análisis y discusión de casos prácticos en clase. Desarrollo de propuestas de proyectos periodísticos. Al final del curso, se hará hincapié en el uso de las herramientas para la creación, organización y gestión de una empresa periodística.

TEMARIO

Tema 1. Las empresas informativas y la industria de la Comunicación. Consideraciones generales.

Tema 2. Modelo tradicional de Prensa escrita.

Tema 3. Estrategias de los grandes grupos editoriales.

Tema 4. Los nuevos modelos. La irrupción de internet.

Tema 5. Creatividad periodística en Internet. Nuevos modelos.

Tema 6. Internet 3.0. La era de las redes sociales.

Tema 7. Nuevos medios, nueva publicidad.

Tema 8. La generación de modelos de negocio. Metodologías.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórico-práctica. Supondrá un máximo del 30% de la calificación total.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio. Supondrá un máximo del 60% de la calificación total.
3. La asistencia y/o participación en clase será considerada según el criterio del docente Supondrá un máximo del 10% de la calificación total.