

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

Asignatura	GESTIÓN Y PRODUCCIÓN DE PROYECTOS PERIODÍSTICOS		
Materia	Estructura y producción del mensaje periodístico		
Módulo			
Titulación	Grado de Periodismo		
Plan	2010	Código	41349
Periodo de impartición	2º Cuatrimestre	Tipo/Carácter	OB
Nivel/Ciclo		Curso	3º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	ESPAÑOL		
Profesor/es responsable/s	Amaya Arribas Urrutia (Grupo A) Amaya Arribas Urrutia (Grupo B)		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	amaya.arribas@uva.es		
Departamento	Historia Moderna, Contemporánea, de América y Periodismo		
Fecha de revisión por el Comité de Título			

1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura de Gestión y Producción de Proyectos Periodísticos es una asignatura obligatoria de 3º en el Grado de Periodismo y teniendo en cuenta que uno de los objetivos fundamentales del grado es promover una educación integral que posibilite el desarrollo pleno de la persona y la excelencia en su futuro profesional, esta asignatura está orientada a ofrecer conocimientos teóricos sólidos así como herramientas y experiencias prácticas de referencia por su calidad y grado de innovación desde el punto de vista empresarial dentro del nuevo panorama comunicativo actual.

Dicha capacitación de los alumnos está orientada a afrontar el reto del autoempleo dentro de la rama profesional de la información y la comunicación, de tal modo que, el alumnado, sea capaz de planificar y gestionar proyectos empresariales periodísticos innovadores en un mercado cada vez más dinámico, fruto del desarrollo tecnológico, el cual está originando importantes cambios a la hora de producir información.

1.2 Relación con otras materias

Las exigencias de formación que deben orientar el Grado de Periodismo pueden resumirse en seis aspectos básicos: buena preparación técnica y profesional, experimentación derivada de la práctica en laboratorios, aprendizaje de la reflexión sobre el quehacer periodístico, capacidad analítica-crítica, predisposición a la innovación, y facilidad para adaptarse a los cambios.

Las materias suelen estar interrelacionadas entre sí. Este es el caso de Gestión y Producción de Proyectos Periodísticos, que tiene relación con gran parte de las asignaturas del Grado, asignatura vinculada estrechamente con materias tales como Innovaciones Tecnológicas Aplicadas al Periodismo, Ciberperiodismo, Diseño web, Periodismo especializado y Periodismo Participativo en la Red.

1.3 Prerrequisitos

Esta asignatura no requiere prerrequisitos específicos, aunque es aconsejable haber cursado las asignaturas mencionadas en el apartado anterior.

2. Competencias

2.1 Generales

G.2. Planificación y organización

La adquisición de esta competencia significa ser capaz de determinar los objetivos, fines o prioridades del trabajo a desempeñar, organizando los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

G.3. Comunicación oral y escrita en la lengua propia de su país

El logro de esta competencia implica comprender y expresarse de forma correcta en la lengua castellana, tanto por escrito como oralmente.

G.5. Utilización de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación tanto en el ámbito del estudio, como en el contexto profesional

La adquisición de esta competencia supone la capacidad para utilizar las TIC como herramienta de comunicación, acceso a las fuentes de información, archivo de datos y documentos, así como para la presentación, aprendizaje, investigación y trabajo cooperativo.

G.6. Gestión y búsqueda de la información

El logro de esta competencia implica ser capaz de buscar, seleccionar, ordenar y relacionar



informaciones provenientes de distintas fuentes.

G.7. Resolución de problemas y toma de decisiones

El logro de esta competencia implica ser capaz de, a partir de los conocimientos adquiridos, resolver problemas –o emitir un juicio sobre los mismos– sean éstos de índole teórica, práctica, o técnica; así como hacerlo de forma razonada, prudente, con empatía y eficacia.

I.8. Capacidad crítica y autocrítica.

La consecución de esta competencia significa ser capaz de enjuiciar algo o a alguien con criterio, incluso ser capaz de analizar y enjuiciar la propia conducta con estos criterios.

I.9. Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas en distintos contextos.

El logro de esta competencia implica ser capaz de planificar un proceso de comunicación – teniendo en cuenta el entorno subjetivo y objetivo en el que se desarrolla– y llevarlo a cabo de manera profesional – en el fondo y en la forma– utilizando eficazmente diferentes recursos comunicativos.

I.10. Emprender y culminar proyectos de forma autónoma, profesional y cualificada

La adquisición de esta competencia supone ser capaz de diseñar un plan de trabajo, así como acometer su culminación en el tiempo previsto– con constancia y flexibilidad –anticipándose y superando las dificultades que se presenten en su desarrollo e integrando las modificaciones que su devenir exija– de forma profesional y cualificada.

I.11. Participar en equipos de trabajo y de liderarlos.

El logro de esta competencia implica ser capaz de integrarse en organizaciones y equipos de trabajo, así como de ejercer su liderazgo, contribuyendo de forma asertiva y respetuosa a la delimitación, planificación y desarrollo de los objetivos propuestos.

I.12. Negociar y gestionar la asunción de acuerdos.

La consecución de esta competencia significa ser capaz de negociar, gestionar y mediar en la asunción de acuerdos en entornos conflictivos o de intereses contrapuestos desde el objetivo de lograr la solución más justa y conveniente para todos; buscando la comprensión e integración de las legítimas posiciones y derechos de cada una de las partes implicadas

S.16. Adaptación a situaciones nuevas.

La adquisición de esta competencia supone ser capaz de adaptarse a situaciones nuevas o cambiantes.

S.16. Creatividad.

El logro de esta competencia implica la capacidad para producir trabajos originales, modificar o pensar determinadas cuestiones desde perspectivas diferentes y ofertar soluciones novedosas.

S.17. Iniciativa y espíritu emprendedor

La consecución de esta competencia significa el interés por buscar nuevas oportunidades y la asunción de riesgos al desarrollar nuevos proyectos.

S.18. Apertura al aprendizaje a lo largo de la vida.

La adquisición de esta competencia supone mantener el afán por aprender a lo largo de la vida, a través de la actualización continua.

S.21. Orientación a la calidad

La consecución de esta competencia significa desarrollar y mantener un trabajo de calidad, utilizando indicadores de calidad para lograr una mejora continua

2.2 Específicas

E6. Ser capaz de localizar y gestionar informativamente fuentes, documentación y contenidos especializados.

Ser capaz de buscar, encontrar y trabajar con material especializado relacionado con la actualidad y ser capaz de convertirlo en información con un significado útil y adecuado al perfil de los receptores.



E7. Ser capaz de expresarse correctamente en la lengua propia

Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en la lengua propia de manera oral y escrita.

3. Objetivos

La asignatura de Gestión y Producción de Proyectos Periodísticos se articula en torno a los siguientes objetivos:

Objetivos generales:

1. Introducir a los alumnos en el contexto empresarial del autoempleo dentro de la rama profesional de la información y la comunicación.
2. Proporcionar a los alumnos los conocimientos teóricos-prácticos necesarios con el fin de despertar en ellos su vocación emprendedora dentro del nuevo panorama informacional, caracterizado por el desarrollo tecnológico y que está originando nuevos modelos de negocio.

Objetivos específicos:

1. Desarrollar competencias y habilidades para la planificación y gestión de proyectos empresariales dentro del nuevo contexto de la información y la comunicación.
2. Potenciar en los alumnos el espíritu emprendedor y de innovación empresarial a través del estudio teórico y sobre todo práctico de las distintas iniciativas empresariales de éxito dentro del contexto periodístico tanto a nivel nacional como internacional.

4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: "PANORAMA ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DE PROYECTOS PERIODÍSTICOS EN ESPAÑA"

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1,5

a. Contextualización y justificación

El sector de los medios de comunicación ha sufrido una evolución tan rápida que los límites tradicionales de los medios de comunicación ya no tienen sentido. Ahora las empresas y los usuarios son medios de comunicación, lo que significa que son a la vez generadores, editores y difusores de sus propios contenidos y mensajes para sus públicos de interés.

El avance tecnológico ha hecho posible esta modificación del panorama de la información, surgiendo nuevas formas de comunicar muy enfocadas en el mundo online y que ya, hoy en día, son de uso común en toda la sociedad.

b. Objetivos de aprendizaje

En este apartado el alumno deberá ser consciente de que esta evolución es un claro ejemplo de adaptación de Internet a las necesidades de los usuarios algo que los medios todavía no han realizado. Donde antes había webs estáticas ahora está la web enfocada a la interacción con el usuario final. El medio se convierte en un medio personalizado, ofreciendo su contenido cuándo, dónde y cómo el usuario desea y, por lo tanto, el alumno tiene que ser capaz de anticiparse a esos contenidos.

c. Contenidos

- ☐ Situación actual de los grupos empresariales mediáticos y sus audiencias
- ☐ Realidad de la prensa
- ☐ Realidad de la televisión
- ☐ Realidad de la radio
- ☐ Realidad de internet
- ☐ Los potenciales nichos de mercado: análisis de las tendencias en el sector de la información en España.

Bloque 2: "PREPARACIÓN DEL PROYECTO"

Carga de trabajo en créditos ECTS: 3,5

a. Contextualización y justificación

Todo proyecto que quiera ser ejecutado debe tener un proceso de investigación y maduración para elegir el momento de salida, forma jurídica, plan económico, plan de marketing y las mejores herramientas posibles.

b. Objetivos de aprendizaje

En este apartado el alumno deberá ser capaz de identificar los diferentes procesos que se necesitan dentro del transcurso desde que tiene la idea, se produce (producción) y se vende (comercialización). Es decir, todo aquello que supone un flujo de conocimientos y que conlleva a un desarrollo de un plan de acción completo para lanzar su proyecto.

c. Contenidos

- ☐ Análisis del Entorno General. Matrices de diagnóstico
- ☐ Obligaciones legales y puesta en marcha
- ☐ Análisis del mercado. La competencia.
- ☐ Plan económico. Fuentes de financiamiento
- ☐ Creación de los contenidos del proyecto

Bloque 3: "LANZAMIENTO DEL PROYECTO PERIODÍSTICO"

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1

a. Contextualización y justificación

Una vez realizado el trabajo señalado en los bloques anteriores, el alumno está en condiciones de lanzar su proyecto. Para ello, deberá crear un contenido inicial con el que estrenar su trabajo

b. Objetivos de aprendizaje

El alumno se encontrará en la etapa final para poder ver su proyecto hecho realidad. El objetivo buscado es la realización de que una idea buena solamente no es suficiente, sino que debe existir un proceso integral de análisis que le permita conocer el todo en su conjunto

c. Contenidos

- ☐ Plan de comunicación
- ☐ Plan de marketing digital

Bibliografía de referencia:

Armentia Vizuite, J. I., Pérez, J.C., & Elexgaray Arias, J. (1999). *Diseño y periodismo electrónico*. Servicio Editorial, Universidad del País Vasco.

Baofu, P. (2008). *The Future of Information Architecture: A Preface to a New Theory of Taxonomy, Network and Intelligence*. Neal-Schuman Publishers.

Batley, S. (2007). *Information Architecture for Information Professionals*. Neal-Schuman Publishers.

Battelle, J. (2006). *The Search: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*. Portfolio Trade.

Cagé, J. (2016). *Salvar a los medios de comunicación*. Anagrama.

Coutín, A. (2002). *Arquitectura da información para sitios web*. Anaya Multimedia.

Caro, F. (2007). *Gestión de empresas informativas*. McGraw-Hill.

Casero Ripollés, A. (2016). El periodismo emprendedor ante el reto de su consolidación. *Anuario ThinkEPI*, 10, 203-208.

Cuerda, X., Minguillón, J. (s.f.). *Introducción a los Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS) de código abierto*. Mosaic.

Cullel March, C. (2013). Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 681- 690.



- Curtis, H. (2002). *MTIV: Process, Inspiration and Practice for the New Media Designer* (illustrated edition.). New Riders.
- Dewdney, A., Ride, P. (2013). *The Digital Media Handbook*. Routledge.
- Domínguez, E., Pérez, J. (2012). *Microperiodismos: aventuras digitales en tiempos de crisis*. UOC.
- Goyanes, M. (2014). Apoyo estructural en la intención emprendedora de estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual en España. *El profesional de la información*, enero-febrero, 24(1), 55-61.
- López, X., et al. (2006). *Sistemas digitales de información*. Pearson.
- Manfredi, J.L., Rojas, J.L., Hérranz de la Casa, J.M. (2015). Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 69-90.
- Salaverría, R., Negro, S. (2008). *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Sol90Media.
- Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Fundación Telefónica- Ariel.
- Salaverría, R. (2015). Los labs como fórmula de innovación en los medios. *El Profesional de La Información*, 24(4), 397–404. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.06>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*.
- Yunquera, J. (2016). *Revistas y diarios digitales en España. Historia de una evolución*. Editorial UOC..
- Yuste, B., Cabrera, M. (2014). *Emprender en periodismo: nuevas oportunidades para el profesional del periodismo*. UOC.
- Wodtke, C., Govella, A. (2009). *Information Architecture: Blueprints for the Web* (2nd Edition) (2º ed.). New Riders.



5. Métodos docentes y principios metodológicos

El programa de la asignatura Gestión y Producción de Proyectos Periodísticos incluye sesiones magistrales, sesiones prácticas, sesiones en las que se analizan ejemplos de proyectos empresariales relacionados con los medios de comunicación y sesiones destinadas a la presentación de trabajos o ejercicios propuestos a los alumnos.

En las sesiones magistrales se aprovechará para transmitir los conocimientos básicos del entorno empresarial haciendo hincapié en qué pasos son necesarios llevar a cabo para que el alumno pueda desarrollar su propia actividad profesional.

En las sesiones prácticas se irá desarrollando el contenido del programa contando con la participación de los alumnos mediante prácticas o trabajos que se entregarán o serán realizados en clase.

Además, se realizará un trabajo final relacionado con los contenidos de la disciplina que será defendido en el aula.

d. Métodos docentes

Exposiciones magistrales del profesor/a en el aula, actividades en el aula para poner en práctica lo aprendido en las sesiones. Trabajo final, realizado en acompañamiento en el aula, relacionado con los contenidos de la disciplina que será defendido en el aula.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	40	Estudio y trabajo autónomo individual	40
Prácticas en clase	20	Trabajos en grupo	50
Total presencial	60	Total no presencial	90
TOTAL presencial + no presencial			150

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Prueba calificadora de adquisición de Contenidos teóricos	30%	La nota mínima a obtener en cada una de las pruebas para aprobar la asignatura es un 5 sobre 10. Es requisito indispensable haber alcanzado un 3/6 en el proyecto final, y un 1,5/3 en el examen para aprobar la asignatura. Una vez aprobadas las pruebas por separado, se harán los promedios correspondientes
Prueba de Habilidades prácticas	70%	
-Proyecto final	60%	
-Trabajos en el aula	10%	



CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ORDINARIA:**

La suma de las distintas partes evaluables dará lugar a la nota final, siempre que el alumno haya alcanzado la nota mínima requerida en cada uno de los 2 apartados.

Para ello, será necesario superar un mínimo del 50% de cada apartado para poder realizar la media de la nota en la primera convocatoria.

Es requisito indispensable haber alcanzado un 3/6 en el proyecto final, y un 1,5/3 en el examen teórico.

Si es un alumno que no ha seguido la evaluación continua: 100% examen teórico y práctico.

- **Convocatoria EXTRAORDINARIA:**

Si es un alumno que no ha superado la primera convocatoria, se le tiene en consideración el trabajo realizado en la evaluación continua (siempre que el trabajo haya obtenido una calificación aprobatoria).

- Proyecto periodístico grupal: 50%
- Prueba calificadora de adquisición de contenidos teóricos: 50%

Si es un alumno que no ha superado la primera convocatoria, suspendiendo el trabajo y aprobando la prueba calificadora de adquisición de contenidos teóricos:

- Prueba calificadora de adquisición de contenidos teóricos y prácticos: 100%

Si es un alumno que no ha seguido la evaluación continua (sin actividades ni trabajo final):

- Prueba calificadora de adquisición de contenidos teóricos y prácticos: 100%

Importante: En ambas convocatorias, las faltas de ortografía y las tildes serán motivo de suspenso y se especificará su penalización en cada una de las pruebas, así como en la prueba calificadora de adquisición de contenidos teóricos. El plagio en un trabajo supone un cero en esa actividad, al igual que detectar a un alumno copiando en la prueba escrita.

Los alumnos repetidores que ya han realizado el proyecto periodístico en alguna convocatoria deberán ponerse en contacto con el/la profesor/a dentro de las 2 primeras semanas del cuatrimestre. De no ser así, se entenderá que renuncian al examen final (con un 100% de la nota) y deberán seguir la evaluación continua.

8. Consideraciones finales

Las faltas de ortografía suponen el suspenso directo tanto de las prácticas como de la asignatura.