

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	36629
Nom	Empresa informativa
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2024 - 2025

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1334 - Grau de Periodisme	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1334 - Grau de Periodisme	7 - Informació periodística i la seua tecnologia	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
PICO GARCES, MARIA JOSEP	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

És una assignatura teòrica de l'últim curs del grau de Periodisme destinada a capacitar a l'alumnat en la creació i desenvolupament d'un projecte empresarial viable. S'inicia donant a conèixer com s'estructuren les societats mercantils en general, d'entitats d'economia social així com ara les pròpies de mitjans de comunicació en particular. La matèria és de summa importància en un moment com l'actual, on tant els mitjans de comunicació com les societats mercantils estan experimentant una transformació, que marcarà la manera d'exercir el periodisme. En ella, l'alumnat s'endinsarà en el procés de posada en marxa d'una activitat econòmica i la constitució d'una societat mercantil o d'una entitat d'economia social així com també en l'àmbit de l'emprenedoria en l'àmbit de l'empresa periodística i les *start up* innovadores per a la comunicació en l'univers de la convergència digital.



CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Després de la introducció general a l'economia actual rebuda en el primer curs, la teoria i història del periodisme va introduir a l'estudiantat en diversos models d'empreses periodístiques desenvolupats al llarg dels anys. La relació més pròxima amb aquesta matèria la té Estructura de la Comunicació, coneixement previ necessari per a conèixer a fons en aquesta assignatura els secrets empresarials del periodisme.

1334 - Grau de Periodisme

- Que els estudiants sàpien aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïsquen les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants tinguen la capacitat d'arreplegar i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seua àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguen una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.
- Que els estudiants tinguen capacitat d'adaptació als canvis tecnològics i sociolaborals.
- Que els estudiants siguen capaços d'obtenir i seleccionar la informació i les fonts rellevants per a la solució de problemes i l'elaboració d'estratègies.
- Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .
- Capacitat i habilitat d'exposar raonadament idees, a partir dels fonaments de la retòrica i de l'argumentació, així com de les tècniques comunicatives aplicades a la persuasió.
- Comprensió de les dades i de les operacions matemàtiques efectuades amb alguns d'ells d'ús corrent en els mitjans de comunicació i capacitat i habilitat per a saber utilitzar dades i estadístiques de manera correcta i comprensible per a la divulgació majoritària.

- Conèixer els conceptes bàsics sobre la naturalesa, estructura i organització de l'empresa informativa.
- Conèixer les diferents modalitats de finançament del periodisme, així com les seves principals despeses.
- Capacitat per posar en marxa una activitat econòmica i la constitució d'una societat mercantil.



DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Concepte i evolució de l'empresa informativa

- Característiques empresarials de la informació
- El valor econòmic de la informació

2. Estructura de l'empresa informativa

- Tipologia de societats mercantils
- Entitats d'economia social
- Emprenedoria en l'àmbit de la comunicació

3. Ingressos i despeses de l'empresa informativa

- Fonts de finançament
- Comptabilitat
- Fiscalitat
- Recursos humans

4. Comercialització del producte de l'empresa informativa

- Màrqueting estratègic
- Màrqueting operatiu

5. Distribució i promoció del producte informatiu

- Models de distribució
- Característiques del mercat de la informació
- La promoció de les vendes

6. Posada en marxa d'un nou projecte empresarial

- Plan d'empresa
- Rentabilitat i viabilitat



VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	60,00	100
Elaboració de treballs en grup	40,00	0
Elaboració de treballs individuals	20,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	30,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

- Classes magistrals, on s'exposaran els continguts teòrics de l'assignatura. Incorporació també de la metodologia de classes inverses
- Activitats i exercicis pràctics individuals i en grup per a consolidar l'adquisició de competències
- Treball final grupal: disseny del pla d'empresa

AVALUACIÓ

AVALUACIÓ 1ª CONVOCATÒRIA

La nota final d'aquesta assignatura s'obtéindrà de la nota obtinguda en les següents parts avaluades:

- Realització d'un examen sobre la matèria de les classes teòriques i pràctiques en el dia assenyalat (60%). El format inclourà preguntes tant de tipus test com d'omplir buits amb argumentacions breus a partir del temari exposat i comentat a classe.
- Treball final col·lectiu: elaboració i presentació innovadora del pla d'empresa (30%)
- Avaluació individual de la participació activa de l'alumnat (10%)

Perquè tots els elements de l'avaluació puguin fer mitjana, l'alumne haurà d'obtenir un mínim de 5 sobre 10 punts en l'examen i superar un 50% de la nota dels treballs pràctics.

AVALUACIÓ 2ª CONVOCATÒRIA

- La nota final d'aquesta assignatura s'obtéindrà de la nota obtinguda en les següents parts avaluades:
 - Realització d'un examen sobre la matèria de les classes teòriques en el dia assenyalat (60%)



- Es podran mantindre les notes pràctiques per a aquesta segona convocatòria (40%), però, en cap cas, per a matriculacions ens següents cursos.
- Assaig argumentatiu individual amb el format innovador (narratiu-web, pòdcast, audiovisual) sobre l'empresa informativa i els reptes actuals a partir d'una publicació o temàtica pactada amb la professora (40%)

Perquè tots els elements de l'avaluació puguen fer mitjana, l'alumnat haurà d'obtenir un mínim de 5 sobre 10 punts en l'examen i superar un 50% de la nota dels treballs pràctics.

Atenció:

L'honestat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres).

En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació d'un estudiant, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero i suposar la suspensió de la convocatòria, amb independència del procediment disciplinari que es puga incoar i, si escau, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.

També es consideraran faltes greus, i per tant poden suposar la suspensió immediata de la convocatòria, còpia o facilitar la còpia de treballs entre alumnat del grau; accedir irregularment o apropiarse anticipadament del contingut d'una prova o examen; facilitar o procurar l'apropiació, alteració o destrucció posterior del contingut o dels resultats d'una activitat avaluable i la suplantació de la persona en exàmens. Quan es detecten les faltes greus assenyalades en aquest punt, l'o la docent haurà de comunicar-lo a la coordinació del Grau.

La presentació de treballs i/o exàmens amb faltes d'ortografies o ortotipogràfiques i/o errors de sintaxis, coherència o redacció serà penalitzat i pot arribar a suposar la suspensió de la prova.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- AMAT, O. (2008): Contabilidad y finanzas para no financieros. Barcelona: Deusto
- ARRESE, Á. (2004): Empresa informativa y mercados de la comunicación. Navarra: EUNSA
- AGUADO, G.; GALÁN, J.; FERNÁNDEZ-BEAUMONT, J.; GARCÍA, L.J. (2008): Organización y gestión de la Empresa Informativa. Madrid: Síntesis
- CEBRIÁN, M. (2012): Periodismo empresarial e institucional. Madrid: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones
- DE MATEO PÉREZ, R.; BERGÉS SAURA, L.; SABATER CASALS, M. (2009): Gestión de empresas de comunicación, Sevilla: Comunicación Social



- NÚÑEZ FERNÁNDEZ, V.; PEINADO MIGUEL, F.; PÉREZ SERRANO, M.J. (2022): La empresa informativa en la era digital, Madrid: CEF
- YUSTE, B.; CABRERA, M. (2004): Emprender en periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya

Complementàries

- ELSON ALFONSO, C. (2022). Nuevos modelos de negocio. Emprendimiento en la Era de la Tecnología. Editorial UOC.
- FUENTES FUENTES, M. M. (2012): Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas. Madrid: Pirámide
- GRÁVALOS GASTAMINZA, M.A. (2002). Economía social. Septem universitas. Oviedo.
- MANFREDI SÁNCHEZ, J.L. (2015). Emprendimiento e innovación en periodismo. Publicaciones Universidad de Castilla-La Mancha.
- SANCHIS PALACIO, J.R. (Coord).(2010). Emprendimiento, economía social y empleo. Instituto Universitario de Economía Social y Cooperativa. Universitat de València.
- SANCHIS PALACIO, J.R. (Coord).(2020). Emprendimiento sostenible. Emprendiendo desde la cocreación de valor y el bien común. Pirámide. Madrid.