

## **FICHA DE ASIGNATURA**

**Título:** Creación de marca periodística y emprendimiento profesional

**Descripción:** Esta asignatura establece las bases de la creación de la marca personal de un perfil periodístico y su desarrollo en el ámbito digital, el más al alza en los últimos tiempos. Se darán a conocer los conocimientos esenciales de cara a desarrollar vías de explotación tanto a nivel personal como de empresa. Se describen las diferentes herramientas y términos para consolidar una estrategia de proceso de creación de marca.

**Carácter:** Obligatoria

**Créditos ECTS:** 6

**Contextualización:** El programa de esta asignatura pretende proporcionar los recursos necesarios para la creación de una marca personal en el mundo digital, profundizando en conceptos como la marca digital y el contenido propio, los modelos de negocio en el sector de los medios y la generación de negocio. Se centrará en el uso de las redes sociales, creación de estrategias de fidelización, métodos de analítica web y otras herramientas para el branding periodístico.

**Modalidad:** Online

**Temario:**

1. La marca digital y el contenido propio
2. Redes sociales y Branding
3. Modelos de negocio en el sector media
4. Análisis de la evolución del negocio periodístico
5. Generación de ideas para el emprendimiento
6. Diseñar y ejecutar un proyecto profesional

**Competencias:**

CB6- Alcanzar conocimientos que aporten una base u oportunidad de desarrollo en el nuevo entorno periodístico.

CB7- Que los estudiantes sepan rendir los saberes adquiridos y su capacidad de mejora a su trabajo o vocación de manera profesional.

CB8- Que los estudiantes tengan la capacidad de incorporar y esclarecer datos relevantes dentro de su área de estudio para pronunciarse y presentar reflexiones sobre temas relevantes de índole social, científico o ético.

CE8- Analizar el mercado audiovisual y los géneros periodísticos que mejor funcionan en el nuevo contexto tecnológico y del periodismo multimedia.

CE9- Distinguir la estructura de las empresas periodísticas multimediáticas.

CE10- Crear la marca tanto personal como de periodista multimedia en diversas plataformas tecnológicas.

CE11- Conocer los discursos, valores, principios y normativas que afectan el periodismo multimedia.

CE12- Utilizar los nuevos dispositivos como herramientas que ayudan a contar historias multiplataforma.

CE13- Redactar noticias dominando todo el proceso de comunicación y lenguaje informativo que caracterizan al periodismo multimedia.

CE15- Valorar la construcción de la opinión pública en el entorno multimedia y la responsabilidad del periodista multimedia en la elección y producción de noticias, y contra las noticias falsas.

CE23- Identificar los nuevos perfiles profesionales del periodismo multimedia.

**Actividades Formativas:**

<b>Actividad Formativa</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad</b>
Clases Expositivas	4	0%
Clases Prácticas: Estudio de casos	4	0%
Clases Prácticas: Resolución de problemas	4	0%
Clases Prácticas: Diseño de proyectos	8	0%
Tutorías	4	0%
Trabajo autónomo	123	0%
Prueba objetiva final	3	100%
	150	

**Metodologías docentes:**

- Lección magistral participativa
- Estudio de casos
- Resolución de problemas
- Diseño de proyectos
- Trabajo cooperativo
- Trabajo autónomo
- Tutorías

**Sistema de Evaluación:**

<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Ponderación mínima</b>	<b>Ponderación máxima</b>
Evaluación del portafolio: Estudio de casos	10	20
Evaluación del portafolio: Resolución de problemas	10	20
Evaluación del portafolio: Diseño de proyectos	20	20
Evaluación de la prueba	40	60

**Bibliografía:**

- Arqués, N. (2012, 2019). *¿Y tú, qué marca eres?* Barcelona: Planeta.
- Cerezo, P. (2019). *Los medios ante los modelos de suscripción*. Barcelona: Editorial UOC.
- Cerezo, P. (2018). *Los medios líquidos: la transformación de los modelos de negocio*. Barcelona: Editorial UOC.
- Leyva, A. (2016). *Marketing en esencia: gestiona tu marca personal, profesional y empresarial*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Sádaba, C., García, A. J. A., y Martínez-Costa, M. D. P. (Eds.). (2016). *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*. Pamplona: Eunsa.