

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	PROYECTO FINAL APLICADO		
Identificador:	31449		
Titulación:	GRADUADO EN PERIODISMO. PLAN 2013 (BOE 10/07/2013)		
Módulo:	TRABAJO FINAL DE GRADO		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	Anual
Créditos:	9	Horas totales:	225
Actividades Presenciales:	10	Trabajo Autónomo:	215
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Inglés
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

Esta asignatura está dirigida de forma específica a los estudiantes de Doble Grado (Periodismo y Comunicación Audiovisual). De acuerdo con la legislación vigente (los planes de estudios de Grado en Comunicación Audiovisual y en Periodismo, publicados en el Boletín Oficial de Aragón) y con el trazado del plan de estudios de Doble Grado, que combina ambas titulaciones, es necesario que el alumno, para conseguir ambos títulos, desarrolle dos proyectos finales de grado, uno por cada Grado, que condensen todas las competencias y conocimientos adquiridos por el alumno durante los años previos en ambas titulaciones.

Esta cuestión queda reflejada en origen en el plan de estudios de Doble Grado, donde la asignación de créditos en la materia de Proyecto Final Aplicado es de 9 correspondientes a la materia equivalente en el Grado de Periodismo.

Por lo tanto, es necesario que el alumno de Doble Grado realice los dos proyectos en el espacio temporal de su sexto curso académico.

Así, el presente texto hace referencia al Trabajo Fin de Grado que el estudiante deberá desarrollar en el Grado en Periodismo, siendo el mismo procedimiento que el presentado en el Grado en Comunicación Audiovisual.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis
	G02	Resolución de problemas
	G03	Capacidad de organización y planificación
	G04	Comunicación escrita y verbal en lengua materna
	G05	Uso de las tecnologías de la Información
	G06	Conocimiento de un idioma extranjero
	G07	Trabajo en equipo
	G08	Habilidades interpersonales
	G09	Compromiso ético
	G10	Capacidad de trabajar en un contexto internacional
	G11	Capacidad de aplicar conocimientos
	G12	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
	G13	Capacidad de investigación
Competencias Específicas de la titulación	E01	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
	E02	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
	E03	Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o

	colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo
E04	Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento
E05	Capacidad básica para comprender la producción informativa o comunicativa, escrita o audiovisual, en inglés estándar
E06	Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad
E07	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
E08	Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia)
E09	Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas
E10	Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas
E11	Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de auto evaluación, así como habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad
E12	Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos
E13	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
E14	Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como del uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos
E15	Capacidad de trabajar en un contexto internacional con una sensibilidad hacia la diversidad y la multiculturalidad
E16	Capacidad para saber interpretar y analizar el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros políticos, económicos y culturales
E17	Capacidad para entender y analizar la realidad socio comunicativa de la Comunidad Autónoma (estructura, políticas y funcionamiento) en el contexto español, europeo y mundial
E18	Capacidad para desarrollar la profesión desde el respeto a la ética, la deontología profesional y el ordenamiento jurídico de la información
E19	Capacidad para identificar la estructura, el funcionamiento y la estructura de la empresa de comunicación, así como su relación con los contextos sociales y sus cambios
E20	Capacidad para generar y difundir los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual, según las estrategias comunicativas e intereses de todo tipo
E21	Capacidad para incorporarse a un equipo profesional, haciendo que converjan sus propios intereses profesionales y los del proyecto en el que se ha incorporado
E22	Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social
E23	Conocimiento de las teorías sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa, a partir de la aplicación del pensamiento creador y mediante sus diversas manifestaciones y actividades
E24	Conocimiento de la evolución histórica de las tradiciones periodísticas españolas, europeas e internacionales contemporáneas, así como de las teorías, conceptos y corrientes que las estudian
E25	Capacidad de definir temas de investigación que puedan contribuir al conocimiento, avance y debate de la información y la comunicación, así como de exponer de forma adecuada los resultados de una investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital
E26	Capacidad de desarrollar las distintas tareas periodísticas en un entorno de convergencia mediática, mediante la integración de formatos y la producción integral de contenidos comunicativos en un entorno digital
E27	Conocimiento y aplicación de las técnicas de edición audiovisual, de diseño web y de las plataformas digitales aplicadas a cualquier tipo de mensaje periodístico a través de cualquier medio de comunicación
E28	Capacidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa, fijando los objetivos de comunicación, definiendo el público objetivo, planteando las

		estrategias, ejecutando el plan de comunicación y midiendo su impacto en la audiencia
	E29	Capacidad para identificar, gestionar y proteger los activos intangibles de la organización (imagen, reputación...), empleando en cada momento el mensaje y la estrategia adecuados para la consecución de sus objetivos, bien a través de los medios tradicionales, bien en el entorno digital
Resultados de Aprendizaje	R01	Asimilar y practicar la secuencia creativa que determina la realización global de un proyecto radicado en el ámbito de la comunicación. Será capaz de plantear e implementar de manera satisfactoria las correspondientes fases de ideación, desarrollo/ análisis, ejecución y divulgación del modelo elaborado; pugnando por elevar el grado de innovación que recae en la producción de dicho producto comunicativo.
	R02	Amoldarse idóneamente a un equipo de trabajo multidisciplinar, favoreciendo la actividad grupal genérica mediante una óptima evolución de su gestión profesional personal.
	R03	Seleccionar el estándar, soporte y medio idóneos para la puesta en marcha de una propuesta comunicativa, siendo consciente de los requerimientos vigentes del mercado derivados de la coyuntura económica, política y social. En tal caso, el alumno será igualmente conocedor de la variabilidad del mercado, previendo la viabilidad de ejecución de un –buen- proyecto, no factible, posiblemente, en la actualidad.
	R04	Realizar un plan de marketing que se podrá poner en práctica al establecer su negocio, desarrollando y poniendo en práctica un estudio de mercado para evaluar la competencia en el sector en el que lo desea implantar.
	R05	Realizar una presentación “pitch” para poder vender su idea de negocio y convencer a posibles inversores y/ o clientes.

REQUISITOS PREVIOS:

No existen requisitos previos concretos, salvo tener presente dos sugerencias: 1) La asignatura requiere la aplicación de algunos conocimientos y competencias adquiridos por el alumno en anteriores asignaturas; 2) La asignatura integrará, en la medida de lo posible, los conocimientos o competencias de las asignaturas que se cursen paralelamente.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

La materia se cursará entéramente en modalidad NO PRESENCIAL (consultar el epígrafe en el presente documento. La asignatura se realizará de forma no presencial, a través de tutorías, en fechas concretas (ver abajo).

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

a) Investigación, redacción y aplicación: cada alumno de forma individual y en tiempo de trabajo autónomo completará un proyecto según lo especificado en el presente documento y según las indicaciones del coordinador de la materia.

b) Tutorización: cada alumno dispondrá de un tutor académico para que sirva de guía y orientación en las fases de desarrollo del proyecto. Adicionalmente, el coordinador de la materia también podrá ser consultado por los estudiantes para solventar cualquier problema que pueda surgir durante la realización del trabajo.

c) Defensa pública: los estudiantes deberán explicar pormenorizadamente, en el tiempo y condiciones propuestas, el trabajo realizado, responder a las preguntas del tribunal y, en definitiva, defender los resultados obtenidos.

Integración de lengua inglesa en la materia:

Esta materia no incluye ninguna actividad en inglés. This subject does not include any activities in English.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	2
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	6
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	2
Trabajo Autónomo	Realización de proyectos	195
	Tareas de investigación y búsqueda de información	20
Horas totales:		225

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Defensa de Proyecto Final:	30 %
Proyecto Final:	70 %
TOTAL	100 %

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

BRADSHAW, P. The Online Journalism Handbook. Essex, UK. Longman. 2011.
BRIGGS, M. Entrepreneurial Journalism. London. CQ Press. 2012.
DOCTOR, K. Newsonomics. New York. St. Martin's Press. 2010.
FORD, B. The Ernest and Young Business Plan Guide. New Jersey. Ernst and Young. 2007
RIES, E. Lean Startup. New York. Crown Publishing Group. 2011.

Bibliografía recomendada:

CARNEGIE, D. How to win friends and influence people. London. Vermillion. 2006.
ANDERSON, P. The Future of Journalism in the Advanced Democracies. Hampshire, UK. Ashgate Publishing Limited. 2006.
BILTON, N. I live in the Future and Here's How it Works. New York. Crown. 2011.
CARNEGIE, D. The 5 Essential People Skills. London. Simon
COVEY, S. 7 Habits of Highly effective people. London: Simon and Schuster. 2004.
DEUZE, M. Media Work (Digital Media and Society). Cambridge. Polity Press. 2007.
GILLMOR, D. We the Media. Sebastopol, California. O'Reilly Media. 2006.
KEEN, A. The Cult of the Amateur. London. Nicholas Brealey Publishing. 2010.
KOVACH, B. The Elements of Journalism. New York. Three Rivers Press. 2007.
LEDBEATER, C. We Think. London. Profile Books Ltd. 2009.
LESSING, L. Free Culture. New York. Penguin Books. 2005.
NAUGHTON, J. From Gutenberg to Zuckerberg. London. Quercus Publishing Plc. 2012.
SHIRKY, C. Here Comes Everybody. London. Penguin Books. 2009.
SHIRKY, C. Cognitive Surplus. London. Penguin Books. 2011.
TAPSCOTT, D. Wikinomics. London. Atlantic Books. 2008.
ZITTRAIN, J. The Future of the Internet. London. Penguin Books Ltd. 2009.

Páginas web recomendadas:

Blog Emprender El Economista	http://www.economista.es/blogs/emprendedores/
Blog Adam Westbrook	http://adamwestbrook.wordpress.com/2012/01/23/carnival-of-journalism-making-money-as-a-journalist-entrepreneurship-adam-westbrook/
Top 5 Cool New Media Startups	http://www.policymic.com/articles/3953/propublica-storify-and-the-top-5-cool-new-media-startups-that-are-changing-the-game

Managing Like Steve Jobs	http://bits.blogs.nytimes.com/2012/03/20/do-you-have-to-be-rude-to-manage-like-steve-jobs/
Communication Startups	http://www.fastcompany.com/1834322/startup-lessons-ink-stained-trenches
La Formula para crear un país de emprendedores	http://javierandresmarin.posterous.com/la-formula-para-crear-un-pais-de-emprendedores
500 startups and a dream to change it all	http://gigaom.com/2012/05/14/a-preacher-500-startups-and-a-dream-to-change-it-all/
Simplify and repeat	http://www.economist.com/node/21553425
The difficulty of entrepreneurship in Europe	http://www.nytimes.com/2012/05/18/technology/18iht-net18.html?_r=1
Columbia Journalism Alumni Startups	http://www.journalism.columbia.edu/page/797-alumni-startups/610
La felicidad está en una startup	http://www.expansion.com/2012/07/20/empleo/emprendedores/1342802368.html
European Entrepreneurs	http://www.economist.com/node/21559618
El "co-working" es lo mejor que ha pasado a nuestra empresa	http://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza_provincia/zaragoza/2012/08/27/quot_coworking_mejor_que_pasado_nuestra_empresa_quot_201030_301.html
¿Cómo ha de ser un emprendedor?	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=3399
La información se consume en móvil	http://periodistas21.blogspot.com.es/2012/09/la-informacion-se-consume-en-movil.html
7 ejemplos de emprendimiento e innovación en periodismo	http://233grados.lainformacion.com/blog/2013/01/7-ejemplos-de-emprendimiento-e-innovacion-periodistica-en-redada.html
Money for journalism startups comes from a variety of sources	http://www.niemanlab.org/2013/01/across-the-world-money-to-support-journalism-startups-comes-from-a-variety-of-sources/

* Guía Docente sujeta a modificaciones