

## DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

<b>Materia:</b>	TRABAJO FINAL DE GRADO		
<b>Identificador:</b>	31940		
<b>Titulación:</b>	GRADUADO EN PERIODISMO. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
<b>Módulo:</b>	TRABAJO FINAL DE GRADO		
<b>Tipo:</b>	OBLIGATORIA		
<b>Curso:</b>	4	<b>Periodo lectivo:</b>	Anual
<b>Créditos:</b>	9	<b>Horas totales:</b>	225
<b>Actividades Presenciales:</b>	95	<b>Trabajo Autónomo:</b>	130
<b>Idioma Principal:</b>	Castellano	<b>Idioma Secundario:</b>	Inglés
<b>Profesor:</b>		<b>Correo electrónico:</b>	

## PRESENTACIÓN:

El objetivo de esta asignatura es **preparar a los alumnos para la creación, elaboración y presentación de un proyecto dentro del ámbito de la comunicación**. Los alumnos aplicarán técnicas de investigación con la finalidad de identificar y justificar proyectos aplicados en el contexto de la comunicación social atendiendo al entorno social actual. Incluye, además, estudiar conceptos básicos económicos y financieros para desarrollar un plan de negocio viable y afrontar con éxito proyectos en su área. Los conocimientos adquiridos les permitirán trabajar en sus propias ideas y, a la vez, les ayudarán a asumir con una nueva mentalidad las actividades de gestión y dirección como estrategias para alcanzar objetivos de diferentes características.

**La asignatura tiene un carácter eminentemente práctico que se plasma en la redacción y exposición de un trabajo que recoge una propuesta de proyecto aplicado.** Esta dimensión centrada en el trabajo autónomo del alumno se ve complementada por las sesiones presenciales y las tutorías con el profesor, donde se aportan conocimientos, recursos y orientaciones para el correcto desarrollo de la materia. Al mismo tiempo, es una asignatura que requiere la aplicación de algunos conocimientos y competencias adquiridos por el alumno a lo largo del grado.

## COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

<b>Competencias Generales de la titulación</b>	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.
<b>Competencias Específicas de la titulación</b>	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.
<b>Resultados de</b>	
R01	Elaborar un proyecto empresarial aplicado al campo de la comunicación con los elementos

<b>Aprendizaje</b>		académicos y profesionales que avalen su viabilidad.
	R02	Aplicar las técnicas y herramientas académicas, profesionales y de investigación que le permitan realizar al alumno el diseño, planificación, gestión, desarrollo, defensa y evaluación de proyectos aplicados al campo de la comunicación desde una visión profesional, ética y viable en el contexto actual económico.
	R03	Analizar y comprender los aspectos personales, sociales y legales necesarios para ser emprendedor.
	R04	Conocer y aplicar técnicas y recursos para la creación y gestión y buen funcionamiento de empresas.
	R05	Defender su proyecto empresarial ante un tribunal.

### 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:

### METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

#### Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

#### Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar

**La evaluación continua es la metodología asumida por el docente para la enseñanza y el aprendizaje de la materia.** Se define como el "sistema de evaluación que incluye la valoración del grado en que se han desarrollado las competencias (adquisición de conocimientos teóricos y prácticos, capacidades, destrezas, aptitudes, habilidades, actitudes y valores) durante todo el proceso de aprendizaje de un módulo o materia con el objetivo de perfeccionar el propio proceso de formación (tanto para el profesorado como para los estudiantes)" (USJ, Guía de Apoyo al Profesorado para la Evaluación de los Aprendizajes). En este contexto están programadas diversas actividades a realizar en el transcurso de las sesiones. En algunas ocasiones estarán asociadas al contexto informativo existente en determinados momentos del semestre otorgándole a los contenidos el componente de actualidad; esencial en el contexto periodístico.

El modelo educativo de la Universidad San Jorge se enmarca en la propuesta del Espacio Europeo de Educación Superior y en la cual las competencias y resultados de aprendizaje se concretan en:

**Saber:** Conocimientos.

**Saber hacer:** Habilidades, procedimientos.

**Saber estar:** Actitudes, intereses.

**Saber ser:** Valores morales aplicados a la profesión.

**Querer hacer:** Voluntad, auto exigencia, motivación, autoaprendizaje.

**Poder hacer:** Aptitudes y capacidades.

**Saber aprender:** *life long learning*.

**Hacer saber:** capacidad de comunicación y de enseñanza.

Conceptos que el alumno debe recordar:

**Competencia:** "conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes que se adquieren o desarrollan mediante experiencias formativas coordinadas, las cuales tienen el propósito de lograr conocimientos

funcionales que den respuesta de modo eficiente a una tarea o problema de la vida cotidiana y profesional que requiera un proceso de enseñanza y aprendizaje". (Fuente: ANECA, Documentación de ayuda al programa Verifica).

**Resultados de aprendizaje:** "son formulaciones que representan el grado en que el estudiante adquiere una competencia. Por tanto representan lo que el estudiante debe conocer, comprender o ser capaz de demostrar tras la finalización de una experiencia de aprendizaje, es decir al terminar una materia o módulo en un periodo determinado de estudio" (USJ, Guía de Apoyo al Profesorado para la Evaluación de los Aprendizajes).

La Universidad San Jorge en su *Guía de apoyo al profesorado para la evaluación de aprendizajes* define las siguientes metodologías que se utilizarán en la materia:

**Clases teóricas:** "sesiones presenciales en las cuales el docente transmite contenidos te estructurada y con un objetivo deliberadamente orientado a la escucha y comprensión del estudiante".

**Seminarios y talleres (workshops)/ Estudios de casos:** "sesiones monográficas supervisadas con participación compartida (profesorado, estudiantes, expertos...)".

**Tutorías:** "Relación personalizada de ayuda donde un profesor-tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo". En el transcurso del semestre se tienen previstas tres modalidades de tutorías: a) Tutoría grupal presencial: El docente promoverá la realización de estas tutorías para hacer seguimiento sistemático al trabajo de investigación que realizarán los equipos de trabajo. b) Tutoría individual presencial: El docente facilitará a los alumnos un horario en el cual estará disponible para un asesoramiento personalizado. c) Tutoría en línea: El docente programará tutorías en línea con el apoyo de la PDU y otros recursos tecnológicos fuera de los horarios de clases para ofrecer asesoramiento personalizado o grupal sobre la materia.

**Estudio y trabajos en grupo:** "preparación de seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. Para exponer o entregar en clase mediante el trabajo de los estudiantes en grupo".

**Estudio y trabajo autónomo del estudiante:** "preparación de seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. Para exponer o entregar en clase, realizadas de forma individual que incluye además el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, hacer problemas y ejercicios,...) y que es fundamental para conseguir el aprendizaje autónomo".

Además se incluyen:

**Análisis de casos sobre problemas actuales vinculados a la materia.** Los alumnos deberán realizar un seguimiento sistemático a los medios de comunicación de ámbito local, nacional, europeo e internacional.

**Uso de los cibermedios.** En el desarrollo de la materia se integrarán recursos tecnológicos en el proceso de enseñanza-aprendizaje vinculados a los cibermedios.

#### Integración de lengua inglesa en la materia:

15%

Los alumnos tendrán que leer varios estudios de caso, teoría y otras lecturas en inglés. También algunas clases serán impartidas en parte o íntegramente en inglés dependiendo del tema a tratar. Se quiere obtener un alto grado de participación de los alumnos y por lo tanto no se les exigirá participar exclusivamente en inglés.

#### **Volumen de trabajo del alumno:**

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	15

	Otras actividades teóricas	14
	Casos prácticos	12
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	12
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	10
	Talleres	20
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	12
<b>Trabajo Autónomo</b>	Asistencia a tutorías	8
	Estudio individual	12
	Preparación de trabajos individuales	12
	Preparación de trabajos en equipo	36
	Realización de proyectos	36
	Tareas de investigación y búsqueda de información	7
	Lecturas obligatorias	8
	Lectura libre	3
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	8
	<b>Horas totales:</b>	<b>225</b>

### SISTEMA DE EVALUACIÓN:

#### Obtención de la nota final:

Presentaciones individuales:	15 %
Defensa de Proyecto Final:	15 %
Proyecto Final:	70 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

\*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. Newsnomics. 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	<a href="http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/">http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/</a>
Blog Adam Westbrook	<a href="http://adamwestbrook.wordpress.com/2012/01/23/carnival-of-journalism-making-money-as-a-journalist-entrepreneurship-adam-westbrook/">http://adamwestbrook.wordpress.com/2012/01/23/carnival-of-journalism-making-money-as-a-journalist-entrepreneurship-adam-westbrook/</a>
Top 5 Cool New Media Startups	<a href="http://www.policymic.com/articles/3953/propublica-storify-and-the-top-5-cool-new-media-startups-that-are-changing-the-game">http://www.policymic.com/articles/3953/propublica-storify-and-the-top-5-cool-new-media-startups-that-are-changing-the-game</a>
Managing Like Steve Jobs	<a href="http://bits.blogs.nytimes.com/2012/03/20/do-you-have-to-be-rude-to-manage-like-steve-jobs/">http://bits.blogs.nytimes.com/2012/03/20/do-you-have-to-be-rude-to-manage-like-steve-jobs/</a>
Communication Startups	<a href="http://www.fastcompany.com/1834322/startup-lessons-ink-stained-trenches">http://www.fastcompany.com/1834322/startup-lessons-ink-stained-trenches</a>
La Formula para crear un país de emprendedores	<a href="http://javierandresmarin.posterous.com/la-formula-para-crear-un-pais-de-emprededores">http://javierandresmarin.posterous.com/la-formula-para-crear-un-pais-de-emprededores</a>
500 startups and a dream to change it all	<a href="http://gigaom.com/2012/05/14/a-preacher-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/</a>
Simplify and repeat	<a href="http://www.economist.com/node/21553425">http://www.economist.com/node/21553425</a>
The difficulty of entrepreneurship in Europe	<a href="http://www.nytimes.com/2012/05/18/technology/18iht-net18.html?_r=1">http://www.nytimes.com/2012/05/18/technology/18iht-net18.html?_r=1</a>
Columbia Journalism Alumni Startups	<a href="http://www.journalism.columbia.edu/page/797-alumni-startups/610">http://www.journalism.columbia.edu/page/797-alumni-startups/610</a>
La felicidad está en una startup	<a href="http://www.expansion.com/2012/07/20/empleo/emprendedores/1342802368.html">http://www.expansion.com/2012/07/20/empleo/emprendedores/1342802368.html</a>
European Entrepreneurs	<a href="http://www.economist.com/node/21559618">http://www.economist.com/node/21559618</a>
El "co-working" es lo mejor que ha pasado a nuestra empresa	<a href="http://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza_provincia/zaragoza/2012/08/27/quot_coworking_mejor_que_pasado_nuestra_empresa_quot_201030_301.html">http://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza_provincia/zaragoza/2012/08/27/quot_coworking_mejor_que_pasado_nuestra_empresa_quot_201030_301.html</a>
¿Cómo ha de ser un emprendedor?	<a href="http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=3399">http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=3399</a>
La información se consume en móvil	<a href="http://periodistas21.blogspot.com.es/2012/09/la-informacion-se-consume-en-movil.html">http://periodistas21.blogspot.com.es/2012/09/la-informacion-se-consume-en-movil.html</a>
7 ejemplos de emprendimiento e innovación en periodismo	<a href="http://233grados.lainformacion.com/blog/2013/01/7-ejemplos-de-empredimiento-e-innovacion-periodistica-en-redada.html">http://233grados.lainformacion.com/blog/2013/01/7-ejemplos-de-empredimiento-e-innovacion-periodistica-en-redada.html</a>
Money for journalism startups comes from a variety of sources	<a href="http://www.niemanlab.org/2013/01/across-the-world-money-to-support-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/</a>

\* Guía Docente sujeta a modificaciones