DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	PROYECTO FINAL APLICADO		
Identificador:	30139		
Titulación:	GRADUADO EN PERIODISMO. PLAN 2008 (BOE 15/12/2008)		
Módulo:	TRABAJO FINAL DE GRADO		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	4	**Periodo lectivo:**	Anual
Créditos:	12	**Horas totales:**	300
Actividades Presenciales:	10	**Trabajo Autónomo:**	290
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 21 ECTS: 9 correspondientes a la materia de Proyecto en el Grado de Comunicación Audiovisual y 12 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
	G06	Conocimiento de un idioma extranjero
	G07	Trabajo en equipo.
	G09	Compromiso ético
	G12	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
	G13	Capacidad de investigación
Competencias Específicas de la titulación	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
	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
	E15	Capacidad de trabajar en un contexto internacional con una sensibilidad hacia la diversidad y la multiculturalidad y con una comprensión de culturas y costumbres de otros países
	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 y deontología profesional del

		periodismo así como del ordenamiento jurídico de la información, que afecta tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del informador y del comunicador con arreglo al compromiso cívico derivado de la información como bien público
	E19	Capacidad para saber interpretar la estructura de los medios de comunicación y de sus principales formatos, en tanto que expresiones de los modos de vida y de sus culturas, en su relación con los contextos sociales y sus cambios
Resultados de Aprendizaje	R1	Elaborar un proyecto aplicado al campo de la comunicación con los elementos académicos y profesionales que avalen su viabilidad.
	R2	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.
	R3	Analizar y comprender los aspectos personales, sociales y legales necesarios para ser emprendedor.
	R4	Conocer y aplicar técnicas y recursos para la creación y gestión y buen funcionamiento de empresas.
	R5	Elaborar un plan financiero para una pequeña empresa de comunicación para convencer a posibles inversores de la viabilidad del proyecto y para poder medir los resultados del negocio con los objetivos principales financieros.

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:

Esta asiganatura, al pertenecer a un plan extinto, se cursurá a través de tutorías planificadas.

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 apliación: cada alumno de forma individual y en tiempo de trabajo autónomo completará un proyecto según los especificado en el presente documento y según las indicaciónes 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	250
	Tareas de investigación y búsqueda de información	40
	Horas totales:	300

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:

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. How to win friends and influence people. London. Vermillion. 2006.
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\'Reily 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. Cognitive Surplus. London. Penguin Books. 2011.
SHIRKY, C. Here Comes Everybody. London. Penguin Books. 2009.
TAPSCOTT, D. Wikinomics. London. Atlantic Books. 2008.
ZITTRAIN, J. The Future of the Internet. London. Penguin Books Ltd. 2009.

Páginas web recomendadas:

¿Cómo ha de ser un emprendedor?	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=3399
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/
7 ejemplos de emprendimiento	http://233grados.lainformacion.com/blog/2013/01/7-ejemplos-de-emprendimiento-e-innovación-periodística-en-redada.html

e innovación en periodismo	
Blog Adam Westbrook	http://adamwestbrook.wordpress.com/2012/01/23/carnival-of-journalism-making-money-as-a-journalist-entrepreneurship-adam-westbrook/
Blog Emprender El Economista	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/
Columbia Journalism Alumni Startups	http://www.journalism.columbia.edu/page/797-alumni-startups/610
Communication Startups	http://www.fastcompany.com/1834322/startup-lessons-ink-stained-trenches
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_3
European Entrepreneurs	http://www.economist.com/node/21559618
La felicidad está en una startup	http://www.expansion.com/2012/07/20/empleo/emprendedores/1342802368.html
La Formula para crear un país de emprendedores	http://javierandresmarin.posterous.com/la-formula-para-crear-un-pais-de-emprendedore
La información se consume en móvil	http://periodistas21.blogspot.com.es/2012/09/la-informacion-se-consume-en-movil.html
Managing Like Steve Jobs	http://bits.blogs.nytimes.com/2012/03/20/do-you-have-to-be-rude-to-manage-like-steve-jobs/
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/
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
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

* Guía Docente sujeta a modificaciones