



## FICHA IDENTIFICATIVA

### DATOS DE LA ASIGNATURA

**Código:** 36629

**Nombre:** Empresa informativa

**Ciclo:** Grado

**Créditos ECTS:** 6

**Curso académico:** 2025-26

### TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Segundo cuatrimestre

### MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1334 - Grado en Periodismo	Información periodística y su tecnología	OBLIGATORIA

### COORDINACIÓN

PICO GARCES MARIA JOSEP

## RESUMEN

Es una asignatura teórica y de carácter obligatorio del último curso del grado de Periodismo destinada a capacitar al alumnado en la creación y desarrollo de un proyecto empresarial viable. Se inicia dando a conocer como se estructuran las sociedades mercantiles en general, de entidades de economía social así como ahora las propias de mediadores de comunicación en particular. La materia es de suma importancia en un momento como el actual, donde tanto los medios de comunicación como las sociedades mercantiles están experimentando una transformación, que marcará la manera de ejercer el periodismo. En ella, el alumnado se adentrará en el proceso de puesta en marcha de una actividad económica y la constitución de una sociedad mercantil o de una entidad de economía social así como también en el ámbito del emprendimiento en el ámbito de la empresa periodística y las start up innovadoras para la comunicación en el universo de la convergencia digital.

En el marco de esta asignatura se desarrolla COMETA, Proyecto de Innovación Educativa de la Universitat de València (UV-SFPIE\_PIEE-3328191). Promovido desde la Facultad de Magisterio, se puso en marcha el curso 2023-24, y está diseñado para acercar la formación que el estudiantado recibe en la universidad con las demandas reales del sistema educativo, la sociedad y el mercado laboral mediante metodologías docentes activas como el aprendizaje cooperativo aplicado al podcast y el aprendizaje basado en problemas a través del *design thinking*.



Esta asignatura puede contribuir al cumplimiento a varios Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Entre ellos, la Educación de Calidad (ODS 4), la Igualdad de género (ODS 5), Industria, Innovación e Infraestructura (ODS 9), Ciudades y Comunidades Sostenibles (ODS 11), Producción y Consumo Responsable (ODS 12) y la Creación de Alianzas (ODS 17).

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

## RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

## OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Se recomienda haber cursado previamente asignaturas como 'Introducción a la economía actual' y 'Teoría e historia del periodismo', que ofrecen una base fundamental sobre los diferentes modelos de empresas periodísticas desarrollados a lo largo del tiempo. También es aconsejable contar con conocimientos de 'Estructura de la comunicación', ya que esta materia facilita una comprensión más profunda de los aspectos empresariales del periodismo que se abordarán en esta asignatura.

## COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).

Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.

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.

Que los estudiantes sean capaces de obtener y seleccionar la información y las fuentes relevantes para la solución de problemas y la elaboración de estrategias.

Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Que los estudiantes tengan capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.



## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. Concepto y evolución de la empresa informativa

Características empresariales de la información

El valor económico de la información

Puesta en marcha de un nuevo proyecto empresarial

### 2. Estructura multimedia de la empresa informativa

Tipología de sociedades mercantiles

Entidades de economía social

Emprendimiento en el ámbito de la comunicación

### 3. Comercialización del producto de la empresa informativa

Marketing estratégico

Marketing operativo

Contenido de marca (branded content)

### 4. Ingresos y gastos de la empresa informativa

Fuentes de financiación

Contabilidad

Fiscalidad

Recursos humanos

### 5. Distribución y promoción del producto informativo



Modelos de distribución

Características del mercado de la información

Rentabilidad y viabilidad

Este plan de contenidos se plasmará en los siguientes resultados de aprendizaje:

- Demostrar la capacidad y la habilidad para el desarrollo de las principales tareas periodísticas y para utilizar tecnologías y técnicas informativas y comunicativas.
- Operar en Internet en cualquiera de los ámbitos de trabajo que este medio ofrece en el sector de la comunicación (diseño y producción de contenidos escritos y/o audiovisuales, gestión de sitios web, etc.).

## VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

### ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	60,00
<b>Total horas</b>	<b>60,00</b>

### ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	60,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	30,00
Resolución de casos prácticos	0,00
<b>Total horas</b>	<b>90,00</b>

## METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases magistrales, donde se expondrán los contenidos teóricos de la asignatura. Incorporación también de la metodología de clases inversas.

- Actividades y ejercicios prácticos individuales y en grupo para consolidar la adquisición de competencias.

- Aplicación de metodologías innovadoras como, por ejemplo, el *design thinking* y la cocreación.



- Trabajo final grupal: diseño del plan de empresa.

## EVALUACIÓN

### Primera convocatoria

La nota final de esta asignatura se obtendrá a partir de los siguientes elementos evaluables:

- **Examen** sobre los contenidos teóricos y prácticos impartidos en clase, en la fecha señalada (60%). El formato incluirá tanto preguntas tipo test como ejercicios de completar huecos, acompañados de breves argumentaciones basadas en el temario trabajado en clase.
- **Trabajo final colectivo:** elaboración y presentación innovadora de un plan de empresa (30%).
- **Evaluación individual** de la participación activa del alumnado en clase (10%).

Para que todos los elementos de la evaluación puedan ser ponderados, el estudiantado deberá obtener un mínimo de 5 sobre 10 en el examen y superar al menos el 50% de la nota en los trabajos prácticos.

### Segunda convocatoria

La nota final se calculará a partir de los siguientes elementos evaluables:

- **Parte teórica (60%):** realización de un examen sobre los contenidos teóricos impartidos durante el curso, en la fecha correspondiente.
- **Parte práctica (40%):** podrán mantenerse las calificaciones obtenidas en los trabajos prácticos realizados durante el curso. Sin embargo, estas no se conservarán en caso de nuevas matrículas en cursos posteriores.

En caso de no haber realizado las prácticas durante el curso o de haberlas suspendido, el/la estudiante deberá entregar un **ensayo argumentativo individual** en formato innovador (narrativo-web, pódcast o audiovisual) sobre la empresa informativa y sus retos actuales, partiendo de una publicación o temática acordada previamente con la profesora.

Para que ambos componentes puedan ser ponderados, será necesario obtener una nota mínima de 5 sobre 10 en el examen y superar al menos el 50% de la calificación correspondiente a los trabajos



prácticos.

El sistema general de calificaciones seguirá la normativa de la Universidad de Valencia aprobada por el Consejo de Gobierno del día 30 de mayo de 2017. ACGUV 108/2017

### Honestidad académica

La honestidad intelectual es un valor esencial en las comunidades académicas y un requisito indispensable para la evaluación justa del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados deberán ser de autoría original.

No se admitirán trabajos que hagan uso de colaboración fraudulenta o que se hayan elaborado con ayuda de herramientas de inteligencia artificial (como ChatGPT u otras), salvo que su uso forme parte explícita de los contenidos de la asignatura y cuente con la autorización expresa del profesorado.

En caso de detectarse plagio en un trabajo de evaluación, este podrá recibir la calificación de cero, lo que supondrá la suspensión de la convocatoria, sin perjuicio del procedimiento disciplinario que se pueda iniciar y, si corresponde, de las sanciones contempladas en la legislación vigente.

También se considerarán faltas graves, y podrán suponer la suspensión inmediata de la convocatoria, las siguientes conductas: copiar o facilitar la copia de trabajos entre el alumnado, acceder de manera irregular o apropiarse anticipadamente del contenido de una prueba o examen, manipular, alterar o destruir el contenido o los resultados de una actividad evaluable, o suplantar la identidad de otra persona en una prueba o examen. Cuando se detecten estas faltas, el profesorado deberá comunicarlo a la coordinación del Grado.

Asimismo, la entrega de trabajos o exámenes con faltas de ortografía, errores ortotipográficos o deficiencias de sintaxis, coherencia o redacción será penalizada y podrá suponer la suspensión de la prueba correspondiente.

## BIBLIOGRAFÍA

### Referencias básicas

Amat, O. (2008). *Contabilidad y finanzas para no financieros*. Deusto.

Arrese, Á. (2004). *Empresa informativa y mercados de la comunicación*. EUNSA.

Aguado, G., Galán, J., Fernández-Beaumont, J., & García, L. J. (2008). *Organización y gestión de la empresa informativa*. Síntesis.

Cebrián, M. (2012). *Periodismo empresarial e institucional*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.



De Mateo Pérez, R., Bergés Saura, L., & Sabater Casals, M. (2009). *Gestión de empresas de comunicación. Comunicación Social*.

### Referencias complementarias

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*. Pirámide.

Grávalos Gastaminza, M. A. (2002). *Economía social*. Septem Universitas.

Manfredi Sánchez, J. L. (2015). *Emprendimiento e innovación en periodismo*. Publicaciones Universidad de Castilla-La Mancha.

Núñez Fernández, V., Peinado Miguel, F., & Pérez Serrano, M. J. (2022). *La empresa informativa en la era digital*. CEF.

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.

Yuste, B., & Cabrera, M. (2004). *Emprender en periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información*. Universitat Oberta de Catalunya.