

## **PROGRAMA DE ESTUDIOS**

### **A. ANTECEDENTES GENERALES**

ASIGNATURA	:	Emprendimiento Periodístico
CÓDIGO	:	PEP 421
CARÁCTER	:	Obligatorio
REQUISITOS	:	No tiene
CRÉDITOS	:	8
UBICACIÓN	:	Octavo semestre
HORAS DE CLASES	:	68 horas semestrales
HORAS DE PRÁCTICA	:	34 horas semestrales

### **B. INTENCIONES DEL CURSO**

El curso tiene como objetivo que los estudiantes conozcan, comprendan, analicen y proyecten los conceptos asociados a la creación, organización y gestión de una empresa periodística y de comunicaciones, así como fomentar el espíritu emprendedor como alternativa de inserción profesional.

Al concluir el curso, los alumnos estarán en condiciones de reconocer los elementos estratégicos del negocio de las comunicaciones y generar una propuesta original de emprendimiento basada en datos reales, apoyada en herramientas de gestión, marketing y comunicación.

Pertenece al ciclo de Licenciatura y se ubica en la línea Destrezas Periodísticas. A su vez, se relaciona con cursos de la línea Comunicación y Empresa como Marketing, Comunicación Estratégica y Comunicación Organizacional. También tiene elementos en común con aquellas asignaturas donde se analiza la actualidad nacional, internacional y económica.

Emprendimiento Periodístico contribuye a la formación de cuatro competencias genéricas de la UDD: Emprendimiento y liderazgo, Visión analítica, Visión global y Responsabilidad pública, así como al desarrollo de las competencias específicas de la carrera: Adaptación al entorno e integración de la información y Elaboración de productos periodísticos. De acuerdo al ciclo de Licenciatura en que se inscribe, sus contenidos, metodología y evaluaciones consideran el nivel formativo medio de las competencias antes enunciadas. Esto forma parte de un proceso coherente con los objetivos del curso, sus dimensiones y el perfil de egreso de la carrera.

*\*Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

## **C. OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO**

### **A nivel conceptual**

- Conocer y comprender la realidad del mercado de las comunicaciones internacional y nacional.
- Conocer las bases de la dirección y gestión de empresas periodísticas.
- Comprender la importancia de la política editorial.
- Conocer las distintas alternativas de financiamiento.
- Conocer conceptos y herramientas de planificación, organización, dirección y control.
- Comprender conceptos asociados a la gestión de marketing, finanzas y recursos humanos.
- Conocer conceptos de sustentabilidad asociados a empresas periodísticas.

### **A nivel de procedimientos**

- Elaborar un plan de negocios.
- Planificar, organizar y dirigir un emprendimiento periodístico o de comunicaciones.
- Detectar las oportunidades y amenazas del entorno.
- Generar un plan de marketing y comunicaciones.
- Desarrollar habilidades para vender el proyecto.

### **A nivel de actitudes**

- Mantenerse actualizado acerca de innovaciones, tendencias y emprendimientos del área de las comunicaciones.
- Asumir la función social de la prensa y sus gestores.
- Enfrentar creativamente los desafíos de las empresas del rubro.

## **D. CONTENIDOS**

### **UNIDAD 1: PANORAMA GENERAL Y FUTURO DE LA INDUSTRIA DE LAS COMUNICACIONES**

1. Revisión de la experiencia nacional e internacional en la industria de las comunicaciones.
2. Periodismo de nicho y otras alternativas de emprendimiento en comunicación: productoras, agencias de comunicaciones, editoriales, etc.

### **UNIDAD 2: ESTRATEGIA, ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE NEGOCIOS.**

1. Misión, visión y objetivos.
2. Plan de negocios.
3. Balance, estado de resultados, VAN, flujo de caja.

### **UNIDAD 3: SUSTENTABILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO PERIODÍSTICO.**

1. Marco legal. Tipos de sociedades.
2. Alternativas de financiamiento.

3. Definición de *stakeholders*, comunicación estratégica, marketing y comunicación interna, políticas de RRHH.
4. RSE.

#### **UNIDAD 4: BASES DE UNA COMUNICACIÓN EFICIENTE**

1. Plan de difusión y publicidad.
2. Gestión de ventas.

#### **E. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA**

1. Clases activas, que incluyen la exposición de contenidos por parte del profesor con material de apoyo y la participación de los estudiantes a través del permanente diálogo con el docente.
2. Comentario de artículos de prensa, libros y documentos.
3. Estudio de casos de éxito y fracaso. Exposiciones de emprendedores
4. Juego de roles, basado en el desarrollo de un proyecto que se presentará al final del curso a una comisión.
5. Se sugiere un seminario inicial donde se expondrán los principales temas a tratar durante el semestre, de manera de contar con una mirada global del proceso.

#### **F. BIBLIOGRAFÍA**

Aguado, G.; Galán, J.(2008): Organización y gestión de la empresa informativa. Madrid: Síntesis.  
Borja-Mora-Figueroa (2009): El mercado global de la comunicación. Éxitos y fracasos, Pamplona: EUNSA.  
Wehrich, H.; Koontz, H. (2008): Administración. 13º Edición. McGraw-Hill, Interamericana de España S.L.  
Robbins S.; Coulter M.: Administración. 10ª Edición. Pearson.  
Graham, K. (1998): Una historia personal. Madrid: Alianza Editorial.

Links de interés:

<https://entrepreneurshipmedia.wordpress.com/recursos-para-periodistas-emprendedores/>

<https://ijnet.org/es/blog/emprendimientos-periodisticos-lecciones-para-medios-emergentes-en-america-latina>

<http://newsleaders.blogspot.com/2014/04/video-los-mejores-consejos-de-6.html>