



PROGRAMA DE CURSO		
1. Nombre de la actividad curricular ELECTIVO : Proyectos Periodísticos Sustentables		
2. Nombre de la actividad curricular en inglés		
3. Código:		
4. Carrera: PERIODISMO		
5. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN Y LA IMAGEN		
6. Área de Formación: PERIODISMO		
7. Carácter: ELECTIVO		
8. Semestre: 2DO		
9. Año: 2020		
10. Número de créditos SCT – Chile:		
11. Horas de trabajo	Presencial:	No presencial:
12. Requisitos:		
13. Propósito general del curso: Aprendizaje de herramientas para el desarrollo de proyectos periodísticos sustentables. En medio de la crisis mundial de los medios de comunicación, se analizarán los factores y razones que han generado esta situación y cómo puede transformarse en una oportunidad de reinención. En un ambiente periodístico cambiante, analizaremos las fórmulas que han encontrado distintos proyectos -nacionales e internacionales- de ser una apuesta viable en el tiempo. ¿Por qué han sido exitosos? ¿Por qué han fracasado? ¿Cómo pueden inspirarnos en nuestros propios proyectos?. Los alumnos podrán evaluar y diseñar sus propios proyectos y aprenderán fórmulas de monetizarlos.		



1. Competencias y Sub competencias a las que contribuye el curso

(indique Ambito, la/las competencias y subcompetencias a las que esta asignatura tributa, consignado en el documento "ficha de asignatura" de acuerdo a la carrera y dominios)

2. Resultados de Aprendizaje

-Crea y desarrolla proyectos periodísticos de diversa complejidad, de manera autónoma y rigurosa.

-Conoce las etapas y requerimientos necesarios para iniciar emprendimientos periodísticos. Posee los conocimientos para desarrollar un proyecto y vivió la experiencia de construir y desarrollar proyectos periodísticos como instrumento de trabajo, negocios y desarrollo profesional.

-Utiliza el modelo Canvas como herramienta de análisis de negocio.

-Conoce los diversos modelos de negocios asociados al periodismo a través de casos de éxito y fracaso para entender cómo aplicarlos a sus propios proyectos.

3. Unidad (es)/ Indicadores de aprendizajes *(nombre de la unidad, Contenidos/ temas en cada una y cómo demostrará en la evaluación el aprendizaje)*

<i>Nombre de la Unidad</i>	<i>Contenidos:</i>	<i>Indicadores de Aprendizaje</i>
Unidad I: El actual escenario de los medios en Chile y el mundo	-Análisis de la industria mediática -Razones y factores del escenario actual -Modelos de Negocios	Alumnos Distinguen los diversos modelos de negocios que pueden ser asociados a la industria



		periodística.
Unidad Emprendimientos Periodísticos	II: -Análisis de casos -Innovación -Herramientas de planificación, gestión y evaluación de proyectos	Manejan herramientas de gestión asociándolas al periodismo.
Unidad III: Construcción de proyecto de emprendimiento	-Novedad e impacto del proyecto -Metodología y Plan de Trabajo -Definición de productos (servicios) y resultados -Análisis de sustentabilidad -Evaluación económica -Construcción del presupuesto global del proyecto. (Gastos de operación, administración, honorarios). -Modelo Canvas	Producen propuestas de emprendimientos periodísticos factibles para el mercado.
4. Metodología de Enseñanza y Aprendizaje		
Aprendizaje en base a talleres y mentorías en clase, lecturas complementarias, estudio de casos, diseño Modelo Canvas de negocios.		
5. Evaluación		
Evaluación 1: Compuesta por 3 entregas en clases (50%)		



- Modelos de Negocios de Medios en Chile (Trabajo grupal 30% total nota)
- Propuesta de Valor (Trabajo grupal 40% total de la nota)
- Opciones de Financiamiento (Trabajo Grupal 30% total de la nota)

Evaluación 2: Proyecto Final (Proyecto Grupal Modelo Canvas) 50%

- Entrega proyecto escrito (60%)
- Presentación (PITCH) (40%)

6. Requisitos de Aprobación

(Elementos normativos para la aprobación establecidos por el reglamento, como por ejemplo: Examen, calificación mínima, asistencia, etc. Deberá contemplarse una escala de evaluación desde el 1,0 al 7,0 con un decimal.) (Ver documento de secretaria de estudios)

7. Bibliografía Obligatoria (no más de 5 textos)

Nafría, Ismael. (2017). [La Reinención de The New York Times](#). Knight Center for Journalism in the Americas.

Sembramedia (2017) Punto de Inflexión: "Impactos, Amenazas y Sustentabilidad. Estudio de Emprendedores de Medios Digitales Latinoamericanos".

8. Bibliografía Complementaria

El fin de la noticia como las conocemos: cómo Facebook se tragó el periodismo

<https://medium.com/tow-center/the-end-of-the-news-as-we-know-it-how-facebook-swallowed-journalism-60344fa50962>

La gran mentira detrás del "pivot to video"

<https://slate.com/technology/2018/10/facebook-online-video-pivot-metrics-false.html>

Comprometerse con la confianza: lo que las organizaciones de noticias pueden (y deberían) hacer ahora mismo



<https://medium.com/the-impact-architects/engaging-for-trust-what-news-organizations-can-and-should-do-right-now-1588f08cc9f5>

Los decepcionantes números digitales de LA Times muestran que el juego no se trata solo de atraer suscriptores, sino de mantenerlos

https://www.niemanlab.org/2019/07/the-l-a-times-disappointing-digital-numbers-show-the-games-not-just-about-drawing-in-subscribers-its-about-keeping-them/?fbclid=IwAR0QUiWC5iP5wUarDdI4OcMswHGKGjCf4jciNaFNKuZEUj8NCOEhDOo4xvk#identifier_0_173927

Sea inteligente: Cómo Axios impulsa el compromiso con sus boletines electrónicos a través de datos a nivel de usuarios

<https://www.niemanlab.org/2019/06/be-smart-how-axios-drives-engagement-with-its-email-newsletters-through-user-level-data/>

Plataformas, editoriales y la incómoda alianza en el corazón del periodismo

https://www.cjr.org/tow_center/platforms-publishers-api-survey.php

Plataformas y editores: una línea de tiempo definitiva

<http://tow.cjr.org/platform-timeline/#/?s=desc>

Las compañías Cebra ofrecen una alternativa a la Fantasía del Unicornio

<https://qz.com/933681/start-ups-shouldnt-try-to-be-unicorns-they-should-be-zebras/>

9. Recursos web



UNIVERSIDAD DE CHILE
Instituto de la
Comunicación e Imagen
ICEI
