



master  
universitario  
en periodismo  
multimedia  
profesional

# GUÍA DOCENTE

## Curso académico 2024-2025

<b>Asignatura: SISTEMICA DE LOS CONTENIDOS ESPECIALIZADOS</b> <b>Código: 610273</b> <b>Horario: JUEVES DE 15:00- 19:00</b> <b>Aula: 508 (EDIFICIO PRINCIPAL)</b>
<b>Materia 2: Información Periodística Especializada</b>
<b>Carácter: OBLIGATORIA</b>
<b>Créditos ECTS: 6</b>
<b>Duración: Semestral   Semestre: 2do.</b>
<b>Idioma: español</b>
<b>Profesor/a:</b> Dra. <b>MARIA LUISA DEL POZO LITE</b> Departamento: PERIODISMO Y NUEVOS MEDIOS <b>E-mail: <a href="mailto:MAPOLI@UCM.ES">MAPOLI@UCM.ES</a>   Despacho: C-118   Teléfono: 913947134</b>
<b>Tutorías:</b> martes y jueves, de 12:00 a 14:00 horas. Para concertar una tutoría será necesario solicitarlo con antelación suficiente al correo <a href="mailto:MAPOLI@UCM.ES">MAPOLI@UCM.ES</a>
<b>Breve sinopsis:</b> Esta asignatura obligatoria de master plantea el estudio de la estructura de los contenidos especializados aplicando un modelo sistémico que contempla el tratamiento periodístico de cada área de especialización de forma integrada desde los ámbitos más cercanos a los especialistas hasta la comunicación de masas. Dicho tratamiento parte de los procedimientos actuales del periodismo multimedia, estableciendo recorridos y estudios prospectivos orientados al aumento de la eficacia comunicativa de los mensajes sobre contenidos complejos.
<b>Requisitos:</b> Los de acceso al Máster
<b>Resultados del aprendizaje:</b> Después de cursar la signatura, el alumno deberá estar en disposición de seleccionar adecuadamente los contenidos periodísticos especializados, elaborar un mensaje atendiendo a las diferentes propuestas formales, diferentes códigos y diferentes soportes mediáticos (impresos, audiovisuales y digitales), según los diferentes tipos de audiencia. Deberá también estar en disposición de plantear nuevas hipótesis teóricas



master  
universitario  
en periodismo  
multimedia  
profesional

para indagar en las líneas de investigación sobre periodismo especializado y sobre las diferentes áreas de especialización temática.

## COMPETENCIAS

**GENERALES:** LAS DEL MÁSTER

### TRANSVERSALES:

Periodísticas, pudiendo convertir mensajes de un nivel de especialización a otro, y de un soporte tecnológico a otro con habilidad y rapidez.

### ESPECÍFICAS:

Las propias de los profesionales de la comunicación para ejercer el periodismo especializado en cualquier segmento del proceso, desde la fuente hasta los medios de comunicación de audiencias masivas, pasando por todos los posibles productos de suplementos o medios monográficos especializados.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

### 1. Introducción: INFORMACIÓN PERIODÍSTICA ESPECIALIZADA (IPE)

- 1) Algunos conceptos: Información, ciencia
- 2) Definición y fines de la IPE
- 3) IPE vs. Periodismo generalista
- 4) Objetivos de la IPE
- 5) Metodología de la IPE

### 1. TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS :(TGS)

- 1) Antecedentes
- 2) Conceptos fundamentales de un sistema
- 3) Aplicación de la TGS a la IPE
- 4) Principios de la TGS

### 2. DESARROLLO DEL MODELO SISTÉMICO

- 1) Subsistemas en el modelo sistémico. Especialización, periodismo y sociedad
- 2) El periodismo de fuente
- 3) Definición y perspectivas
- 4) Misión
- 5) Conclusión

### 3. ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN CONTENIDOS ESPECIALIZADOS

- Fuente
  - 1)Definición y autores: especialista y/o fuente secundaria (periodista especializado)
  - 2)Elementos de verificación de la fuente especializada
  - 3)Tipología
  - 4)Citar las fuentes
- Emisor



- 1) Definición y autores: fuentes altamente especializadas y/o periodistas
  - 2) Factores que inciden en el mensaje de emisores especializados
  - 3) Ventaja y riesgo en el trabajo con emisores especializados
  - 4) Objetivos de los emisores especializados
  - 5) Distinción entre periodista especializado y científico
- Mensaje
    - 1) Definición y elementos: contenido y código
    - 2) Tratamiento del mensaje especializado
    - 3) Lenguaje de los mensajes especializados
  - Canal y receptor especializados
- 4. PERIODISMO E INTERNET: UNA NUEVA ESPECIALIZACIÓN**
- Eclosión en el conocimiento científico y técnico
  - Rasgos del periodismo especializado digital
  - **Tendencias**
    - Perfil del periodista digital: rasgos, objetivos y herramientas
    - Combinación del papel y lo digital en la publicación de IPE
    - **Periodismo ciudadano**
      - Definición y contexto
      - Internet como catalizador de contenidos
      - Colaboración de periodistas. Ejemplos en grandes medios.
    - **Periodismo móvil**
      - Definición y características principales
    - **Periodismo de datos**
      - El periodista de datos
      - Disciplinas que conforman el periodismo de datos
      - Difusión
      - Buenas prácticas
      - Fuentes del periodismo de datos
      - Cultura abierta de datos: portales internacionales y nacionales de Open Data
      - Condiciones para el ejercicio de la profesión
      - Pirámide invertida del periodismo de datos
- 5. COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**
- 1) Figura del responsable de comunicación
    - Evolución en España desde años 50 hasta hoy
    - Rasgos del Director de Comunicación en las organizaciones
  - 2) Comunicación corporativa/Institucional
    - Concepto y plan de comunicación corporativa
  - 3) Comunicación de crisis
    - Concepto y gestión de reputación organizacional
    - El DirCom y la gestión de comunicación de crisis
  - 4) Comunicación interna
    - Definición, funcionamiento
    - Funciones y herramientas



5) Comunicación externa

- Concepto, tipología, pautas, funciones y canales
- La comunicación externa con la transformación digital

**6. CULTURA DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES: UNA DISRUPCIÓN EN LA HISTORIA**

- 1) Rasgos generales de esta cultura
- 2) Presión digital de las organizaciones: la innovación como respuesta
- 3) Competencias digitales del responsable de comunicación en las organizaciones
- 4) Conocimiento digital
- 5) Gestión de la información
- 6) Comunicación digital
- 7) Trabajo en red
- 8) Aprendizaje continuo
  - **PLEs** (*Personal Learning Environment*) Entornos Profesionales de Aprendizaje. Espacios, plataformas y herramientas.
- 9) Proceso de comunicación estratégica digital
- 10) Liderazgo en red

**7. REDES SOCIALES EN LAS ORGANIZACIONES.** Herramientas de monitorización de RR.SS. e internet.

**ACTIVIDADES DOCENTES**

Actividad	Porcentaje
Clases teóricas	30%
Clases prácticas (Seminarios/talleres/laboratorios) En el plan del curso se especifica su calendario. Entrega y comentario de trabajos individuales (escritos) de análisis de temas concretos.	30%
Trabajo personal (estudio y lectura de textos obligatorios y complementarios)	10%
Elaboración de trabajos	15%
Tutorías virtuales y presenciales	5%
Aprendizaje interactivo (Actividades campus virtual)	7%
Asistencia a actividades académicas y culturales relacionadas	3%

**EVALUACIÓN**

Se realizará un sistema de evaluación continua basada en los siguientes porcentajes según las actividades:



Concepto	Porcentaje
Evaluación de entregables y productos (trabajos, ejercicios y desafíos) elaborados por el estudiante, presentaciones orales y multimedia de trabajos realizados por el estudiante:	60%
<b>Actitud, asistencia, participación</b> (a través de las clases y de las herramientas de comunicación y participación de la asignatura - Foros, tutorías, chats, ...)	20%
<b>Examen final</b> / Ejercicio final de la asignatura	20%

**CALIFICACIÓN:** 0-10

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN TFM:**

- 1-El Periodismo Especializado en la era de la Globalización.
- 2- La nueva era de la comunicación empresarial.
- 3- La dirección de comunicación en las organizaciones multimedia.
- 4- Gestión de la Comunicación Institucional.

**BIBLIOGRAFÍA**

**Obligatoria:**

“La Nueva Era de la Comunicación Empresarial: Creativa, Innovadora, Digital y Global”  
Autor: Maria Luisa del Pozo Lite. Editorial RAED. Colección Real Academia Europea de Doctores. Barcelona, marzo 2022.

“Gestión de la Comunicación Interna en las Organizaciones”. Casos de Empresa. Autor: Maria Luisa del Pozo. Lite. Editorial: EUNSA, (Tercera Edición) 2015

**Complementaria:**

Artículos y Casos de Empresa que se presentarán en clase para su análisis y estudio individual y en grupo en función de la dinámica del curso académico

**Otra información de interés:**

Videos y Casos que se presentarán en clase para su análisis y estudio