



CEU
*Universidad
San Pablo*

Guía Docente

***ASIGNATURA ARQUITECTURA Y ANÁLISIS DE LA
INFORMACIÓN***

CURSO 2º SEMESTRE PRIMER O SEGUNDO SEMESTRE

GRADO: PERIODISMO

MODALIDAD: PRESENCIAL

CURSO 2017/2018

***FACULTAD HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN***



1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.- ASIGNATURA:

Nombre: ARQUITECTURA Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN		
Código: a201		
Curso(s) en el que se imparte: 2º	Semestre(s) en el que se imparte: 1º y 2º	
Carácter: Obligatoria	ECTS: 6	Horas ECTS: 25
Idioma: Español	Modalidad: Presencial	
Grado en que se imparte la asignatura: Periodismo		
Facultad en la que se imparte la titulación: Humanidades y Ciencias de la Comunicación		

2.- ORGANIZACIÓN DE LA ASIGNATURA:

Departamento: Periodismo
Área de conocimiento: Periodismo

2. PROFESORADO DE LA ASIGNATURA

1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

Responsable de Asignatura	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Teresa Torrecillas Lacave
Tlfno (ext):	91.456.64.00 Ext: 4232
Email:	teresat@ceu.es
Despacho:	8 (Saint Dominique)
Perfil Docente e Investigador	Profesora Colaboradora Doctora
Líneas de Investigación:	Comunicación y públicos vulnerables (1 sexenio)

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Fernando Bonete Vizcaino
Tlfno (ext):	91.456.64.00
Email:	fernando.bonetevizcaino@ceu.es
Perfil Docente e Investigador	Profesor colaborador
Líneas de Investigación:	Comunicación especializada, innovación y tecnologías

2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas a la asignatura, los alumnos pueden contactar con el/los profesores a través del e-mail, del teléfono y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno.

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Comprensión de la Comunicación Social como un campo de análisis y reflexión académicos frente a su uso cotidiano y poco crítico. Teorías, conceptos y elementos fundamentales en los estudios sobre comunicación, así como las características básicas del proceso comunicativo. Diferentes perspectivas desde las que se ha investigado la comunicación y los efectos que se han atribuido. Evolución de las sociedades en función de los fenómenos comunicativos. Teorías sociológicas y teorías de la comunicación. Análisis crítico del lugar de la comunicación en la sociedad actual, así como los condicionantes a que está sometida. Análisis y conocimiento de los fundamentos de la actividad publicitaria y comunicativa. Estudio del contenido comunicativo desde un punto de vista descriptivo, crítico y valorativo. Estudio y conocimiento de la didáctica y metodología de los sistemas de información y de la comunicación.

4. COMPETENCIAS

1.- COMPETENCIAS:

Código	Competencias Básicas y Generales
CB1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
CB2	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.
CB3	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.

Código	Competencias Específicas
CE4	Comprensión de la Comunicación Social como un campo de análisis y reflexión académicos frente a su uso cotidiano y poco crítico.
CE5	Capacidad para conocer los conceptos y elementos fundamentales en los estudios sobre comunicación, así como las características básicas del proceso comunicativo.
CE6	Saber distinguir las diferentes perspectivas desde las que se ha investigado la comunicación y los efectos que se le han atribuido
CE7	Saber distinguir las diferentes formas de comunicación y sus funciones y analizar críticamente el lugar de la información y el periodismo en la sociedad actual, así como los condicionantes a que está sometida.
CE8	Conocer la estructura del medio digital, nuevas tendencias y los elementos de la narración digital o redacción no lineal.
CE9	Localizar, ordenar, clasificar y analizar las fuentes de información pertinentes en cada caso.
CE10	Comprender los principios básicos de la publicidad y la comunicación estratégica.

CE11	Saber analizar los mensajes comunicativos
------	---

2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Código	Resultados de Aprendizaje
1º	Comprensión de la Comunicación Social como un campo de análisis y reflexión académicos y estudio de las Teorías, conceptos y elementos fundamentales en los estudios sobre comunicación.
2º	Análisis crítico del lugar de la comunicación en la sociedad actual, así como los condicionantes a que está sometida.
3º	Análisis y conocimiento de los fundamentos de la actividad publicitaria y comunicativa. Estudio del contenido comunicativo desde un punto de vista descriptivo, crítico y valorativo.

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

Total Horas de la Asignatura	150
------------------------------	-----

Código	Nombre	Horas Presenciales
AF2	Seminarios	20
AF3	Taller	30
AF4	Prácticas	10
TOTAL Horas Presenciales		60

Código	Nombre	Horas No Presenciales
AF7	Trabajo Autónomo del Estudiante	90

2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Actividad	Definición
AF2 Seminario	Actividad formativa que potencia la participación del alumno en la interpretación razonada de los conocimientos y de las fuentes del área de estudio. Se orientada preferentemente a la competencia de aplicación de los conocimientos (competencia 2 MECES), así como a la capacidad de reunir, interpretar y juzgar información y datos relevantes (competencia 3 MECES). Es representativa de las materias o actividades de perfil mixto, teóricas - práctico.
AF3 Taller	Actividad formativa orientada preferentemente a la competencia de adquisición de habilidades para la transmisión de conocimientos (competencia 4 MECES) y representativa de las materias de carácter más metodológico. Prepara al alumno para la comunicación escrita - oral y la transmisión de conocimientos.
AF4 Prácticas	Actividad formativa orientada preferentemente a la competencia de aplicación de los conocimientos (competencia 2 MECES) y representativa de las materias o actividades prácticas (laboratorios, estudios de radio, platós de televisión y/o cualesquiera de los espacios propios del ámbito de la comunicación).

AF7 Trabajo Autónomo del Alumno	Actividad formativa en la que el estudiante de forma autónoma gestiona su aprendizaje a través del estudio de los materiales formativos.
--	--

6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1.- ASISTENCIA A CLASE:

- Para poder acogerse al sistema de evaluación continua es precisa la asistencia al 75% de las clases de teoría (se realizarán controles de asistencia). Ya que el alumno puede faltar el 25% del total de las clases, no se admitirán justificaciones de ausencia.
- La asistencia a las clases prácticas es obligatoria en un 75%.
- La asistencia a jornadas organizadas por la Facultad, específicas de la titulación o vinculadas a una asignatura, se considera de gran interés para la formación de los alumnos y la adquisición de competencias. Por ello, la asistencia acreditada a estas actividades podrá ser reconocida por el profesor como parte de docencia impartida.

2.- SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

CONVOCATORIA ORDINARIA (Evaluación Continua)		
Código	Nombre	Peso
SE4	Prácticas	30%
SE2	Controles de conocimiento parciales	20%
SE2	Examen final	20%
SE1	Defensa público del plan básico de negocio de un proyecto periodístico digital	10%
SE5	Planificación, creación y mantenimiento de un proyecto periodístico digital	20%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Código	Nombre	Peso
SE2	Examen final	50%
SE5	Planificación, creación y mantenimiento de un proyecto periodístico digital	50%

3.- DESCRIPCIÓN SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

Sistemas de Evaluación	Definición
SE1 Disertación	Los alumnos trabajarán en el desarrollo de un plan básico de negocio para la planificación de la creación de un medio periodístico digital que deberán exponer en el aula.
SE2 Examen Escrito	Los conocimientos teóricos se evaluarán mediante distintos controles a lo largo del semestre (20%). El último control corresponde al examen final de convocatoria ordinaria que abarca todo el contenido teórico de la asignatura (20%). Los alumnos tienen que sacar un mínimo de 5 en el examen para poder aprobar en convocatoria ordinaria.

SE4 Evaluación de Prácticas y Simulaciones	Se evaluarán cada una de las prácticas propuestas por el profesor. Se tendrá en cuenta la aportación y participación de cada alumno en las actividades formativas grupales. Este tipo de prácticas incluyen ejercicios de síntesis, análisis y comprensión de lecturas y otro tipo de propuestas prácticas orientadas al desarrollo de un plan básico de negocio para la planificación del medio periodístico digital y para la adquisición del resto de competencias señaladas.
SE5 Evaluación de Trabajos	Se evaluará todo el trabajo de planificación, creación y mantenimiento de un medio periodístico digital. Los alumnos deben obtener una calificación mínima de un 5 para poder aprobar en convocatoria ordinaria.

7. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

1.- PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

PROGRAMA TEÓRICO:

- 1.- Nuevo ecosistema de medios y lector digital
- 2.- Nuevo modelo de la comunicación periodística
- 3.- Cibermedios: convergencia, lenguaje y tendencias
- 5.- El periodista digital: identidad digital
- 8.- La construcción de la información: usabilidad, arquitectura de la información y redacción en la web

PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

- 1.- Plan de negocios de un proyecto periodístico digital.
- 2.- Defensa pública del resumen ejecutivo.
- 3.- Creación y mantenimiento de un medio periodístico digital.
- 4.- Exploración de nuevos medios.
- 5.- Estudios de caso de modelos de referencia.
- 6.- Estrategia para mejorar la identidad digital profesional del periodista.
- 7.- Ejercicios con las nuevas herramientas del periodista.
- 8.- Análisis de arquitectura de la información y usabilidad.
- 9.- Análisis de la evolución del modelo de publicación digital de una cabecera.
- 10.- Lectura y ejercicios de síntesis y comprensión sobre monografías o artículos científicos de interés.

8. BIBLIOGRAFÍA DE LA ASIGNATURA

1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Briggs, M. (2007). *Journalism 2.0: How to Survive and Thrive A digital literacy guide for the information age*. J-Lab: The Institute for Interactive Journalism.

Cobo, S. (2012) *Internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital*. Barcelona, Editorial UOC.LYNCH, Patrick J.; HORTON, Sarah (2002). *Web Style Guide*. Yale University Press.

Crucianelli, S. (2013): *Herramientas digitales para periodistas*. Knight Center for Journalism in the Americas.

Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa.

Salaverría, R. y Negredo, S. (2009): *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona, Editorial Sol 90.

Salaverría, R. (2016). "España". En: Salaverría, Ramón (coord.). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Fundación Telefónica y Editorial Ariel, pp. 169-209.

Tascón, M. (dir.) (2012) *Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Madrid: Galaxia Gutenberg.

2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Adair, W.C. (1955). "Citation Indexes for Scientific Literature". *American Documentation*, 6, pp. 31-32.

Anderson, C.: *La economía Long Tail*. Madrid, Tendencias, 2007.

Barrett, E.: *Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento*. Barcelona, Paidós, 1997.

Battelle, John (2006). *The Search: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*. London: Nicholas Brealey Publishing. (pp. 39-63, 65-93) .

Bauman, Z.: *Modernidad líquida*. Fondo de cultura económica, Buenos Aires, 1999.

Brown, John S. & Paul Duguid (2002). *The Social Life of Information*. Cambridge, MA: Harvard Business Review Press.

Cabrera, M^a.A.: *La Prensa online. Los periódicos en la WWW*. Barcelona, CINMS 97, 2000.

Canavilhas, J.: *Contenidos periodísticos en el ecosistema líquido: Entre la convergencia y la divergencia*. En F. Irigaray, D. Ceballos y M. Manna: *Webperiodismo en un ecosistema líquido*. Pp. 9-24, Rosario: Laborde Libros Editor, 2013.

Canavilhas, J.: *Webnoticia: Propuesta de modelo periodístico para la WWW*. 2007.

Castells, M.: *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid. Arete, 2001.

Castells, Manuel (2001). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid. Arete.

Cornella, Alfons (2002). *Hacia la empresa en red*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Cristo Alfonso, S.: *¿Cómo optimizar mi sitio para Google?* Madrid, Editorial Budok, 2009.

Dans, E.: *Todo va a cambiar. Tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer*. Ediciones Deusto, Barcelona, 2010.

Davenport, Thomas H. (2006). *Motivar, Retener y Crear Valor en la Era del Conocimiento*. Harvard Business School Press / Ediciones Deusto.

Del Santo, O.: *Reputación Online para todos. 10 lecciones desde la trinchera sobre tu activo más importante*. 2011.

Departamento de Biblioteconomía y Documentación (2013). *Técnicas de búsqueda y uso de la información*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

Díaz Noci, J. y Salavarría, R.: *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, 2003.

Díaz Noci, J.: *La escritura digital*. País Vasco, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2001.

Díaz Nosty, B.: *El libro negro del periodismo*. Madrid, 2011,

Díez Carrera, Carmen (2012). *La biblioteca digital*. Gijón: Ediciones Trea.

Echeverría, Javier (2004). *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino.

Espiritusanto, O. y Gonzalo, P.: *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Madrid, Ariel, 2011.

Fernández García, J.J.: *Más allá de Google*. Barcelona, Editorial Infonomía, 2008.

Ferrazi, K.: *Nunca comas solo*. Barcelona, Amat Editorial, 2010

Fidler, R.: *Mediamorfosis, comprender los nuevos medios*. Buenos Aires, Granica, 1998.

Flores Vivar, J. y Esteve Ramírez, F.: *Periodismo en la web 2.0*. Madrid, Fragua, 2009.

Fornas, R.: *Cómo buscar en Internet*. Madrid, El País Aguilar, 2001.

Fumero, A. y Roca, G.: *Web 2.0*. Madrid, Fundación France Telecom España, 2006.

Garfield, Eugene (1955). "Citation Indexes for Science: A New Dimension in Documentation through Association of Ideas". *Science*, 122 (3159), pp. 108-111.

Gherab Martín, Karim (2011). "Digital repositories, folksonomies, and interdisciplinary research: new social epistemology tools". In Sharlene Hesse-Biber (ed.), *Handbook on Emergent Technologies and Social Research* (pp. 231-254). Oxford: Oxford University Press.

Gourdain, P., F. O'Kelly, B. Roman-Amat, D. Soulas, T. von Droste zu Hülshoff (2008). *La revolución Wikipedia*. Madrid: Alianza Editorial.

Irigaray, F., Ceballos, D. y Manna, M. (eds.) (2012): *Webperiodismo en un ecosistema líquido*, 2012.

Jenkins, H.: *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona, 2008.

Killian, C. (2001). *Escribir para la Web*. Barcelona: Ediciones Deusto, 2011.

Krug, Steve (2006). *Don't Make me Think! A Common Sense Approach to Web Usability*. Berkeley (CA, USA): New Riders.

Lakhani, K. R. & Panetta, J. A. (2007). "The Principles of Distributed Innovation". *Innovations*, 2 (3), pp. 97-112.

Landow, G. (2009): *Hipertexto 3.0*. Barcelona, Paidós, 2009.

- Levy, Pierre (1999). *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Basic Books.
- Liang, Lawrence (2004). *Guide to Open Content Licenses*. Rotterdam: Piet Zwart Institute.
- López B.: *SEO para bloggers desde cero de Berto López de Ciudadano 2.0*, 2014.
- López Gómez, M.: *SEO, posicionamiento en buscadores*. Valencia, Editorial Bubok, 2009.
- López, X.; Pereira, X. (coords.). *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela, Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, pp. 41-64, 2010.
- Meso Ayerdi, K.: *Introducción al ciberperiodismo. Breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet*. Leioa, Servicio de Publicaciones de la Universidad del País Vasco, 2006.
- Morville, Peter & Louis Rosenfeld (1983). *Information Architecture for the World Wide Web*. O'Reilly.
- Nafria, I.: *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*. Gestión2000, Barcelona, 2008 (4ª ed.).
- O'Reilly, Tim (2005). "What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software", <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- O'Reilly, Tim & John Battelle (2009). "Web Squared - Web 2.0 Five Years On".
- Orense Fuentes, M. y O. Rojas Orduña (2008). *SEO, Cómo triunfar en buscadores*. Madrid, ESIC Editorial.
- Orihuela, J. L.: *La revolución de los blogs*. La Esfera de los Libros, Madrid, 2006.
- Orihuela, J. L.: *80 claves sobre el futuro del periodismo*. Anaya Multimedia, Madrid, 2011.
- Orihuela, J. L.: *Mundo Twitter*. Alienta, Barcelona, 2011.
- Pisani, F. y Piotet, D.: *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*. Paidós, Barcelona, 2008.
- Piscitelli, A.: *Post/televisión, ecología de los medios en la era de Internet*. Buenos Aires, Paidós, 1998.
- Piscitelli, A.: *Internet, La imprenta del siglo XXI*. Gedisa, Barcelona, 2005.
- Potter, D.: *Manual de periodismo independiente*. Washington, Newalab, 2008.
- Rheingolg, H.: *Multitudes inteligentes: La próxima revolución social (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa, 2004.
- Rojas, P. y Redondo, M.: *Cómo preparar un Plan de Social Media Marketing*. Madrid, Ediciones Gestión 2000, 2013.
- Rojas, P.: *Community Manager en una semana*. Madrid, Ediciones Gestión 2000, 2011.
- Salaverría, R.: *Cibermedios*. Sevilla, CSEP, 2005.

- Salaverría, R.: Redacción periodística en internet. Madrid, Eunsa, 2008.
- Scolari, C.: *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa, Barcelona, 2008
- Seely Brown, J. & Duguid, P.: *La Vida Social de la información*. México Prentice Hall, 2001.
- Shirky, Clay (2005). "Ontology is Overrated: Categories, Links, and Tags", http://www.shirky.com/writings/ontology_overrated.html#classification_and_its_discontents.
- Smith, Linda (1981). "Citation Analysis". *Library Trends*, 30 (1), pp. 83-106.
- Spencer, Donna (2010). *A Practical Guide to Information Architecture. Evolution of Technology*. Penarth, UK: Five Simple Steps.
- Stallman, Richard (2002). *Free Software, Free Society: Selected Essays of Richard M. Stallman*. Boston, MA: GNU Press.
- Suber, Peter (2012). "Open Access". Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology. (pp. 1-27) .
- Sunstein, Cass R. (2006). *Infotopia. How Many Minds Produce Knowledge*. New York: Oxford University Press.
- Tapscott, Don & Anthony D. Williams (2006). *Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything*. London: Portfolio (Penguin Books).
- VVAA (2006). "Copyleft: manual de uso". Madrid: Traficantes de Sueños. (pp. 19-40)
- Weller, K., I. Peters & W. G. Stock (2010). "Folksonomy The Collaborative Knowledge Organization System". In T. Dumova & R. Fiordo (eds.), *Handbook of Research on Social Interaction Technologies and Collaborative Software: Concepts and Trends* (pp. 132-146). New York: Information Science Reference.
- Wolton, D.: *Sobrevivir a Internet*. Madrid, Gedisa, 2000.
- Yuste, B. y Cabrera, M.: *Emprender en periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información*. Barcelona, UOC, 2014.

4.- RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

JOURNAL OF INFORMATION ARCHITECTURE
<http://journalofia.org>
BLOG DEL PROFESOR RAMÓN SALAVERRÍA
<http://e-periodistas.blogspot.com/>
BLOG SOBRE PERIODISMO DIGITAL
<http://www.clasesdeperiodismo.com/>
BLOG 233GRADOS.COM
<http://www.233grados.com/>
THE INFORMATION ARCHITECTURE INSTITUTE
<http://www.iainstitute.org/>
INTERNET ARCHIVE
<https://archive.org/>
EUROPEANA
<http://www.europeana.eu/>
JOURNAL OF INFORMATION ARCHITECTURE
<http://journalofia.org>
MIT TECHNOLOGY REVIEW
<http://www.technologyreview.es/>
PORTAL ESPAÑOL SOBRE GESTIÓN DOCUMENTAL Y TECNOLOGÍAS ECM

<http://www.cms-spain.com/>
BLOG OF JOSÉ ANTONIO MILLÁN
<http://jamillan.com/>
BLOG ON DIGITAL JOURNALISM
<http://www.clasesdeperiodismo.com/>
TWITTER
#aaiceu

9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

1.- NORMAS:

Las faltas en la Integridad Académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas.

Se aplicará lo especificado en las Normas de Comportamiento recogidas en la web de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación:
http://www.uspceu.com/_docs/facultad-de-humanidades/Presentacion/Informacion-Util/normas-de-comportamiento.pdf