



Plataformas, modelos
de negocio y PI

**Máster de Formación
Permanente en Radio,
Podcast y Audio Digital
2024-25**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Plataformas, modelos de negocio y PI

Titulación: Máster en Formación permanente en Radio, podcast y audio digital

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Daniel Ventura Herranz

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

El alumno adquiera en esta asignatura las siguientes competencias:

- Capacidad de trabajar en entornos digitales para crear y distribuir un producto de audio digital.
- Capacidad para identificar la idea/contenido para el proyecto de creación y distribución de un podcast.
- Capacidad para elegir el tipo de comunicación digital que desea realizar para proyectar su marca personal o la del producto/programa, a través de redes sociales y otros medios.
- Capacidad para seleccionar las plataformas de audio más adecuadas para su idea.
- Capacidad para idear un modelo de negocio sobre su producto de audio para monetización y profesionalización del proyecto

1.2. Resultados de aprendizaje

El alumno se acercará a los diferentes modelos de negocio tradicionales y los nuevos modelos de negocio en torno al audio.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Descripción y análisis de las principales plataformas de distribución y comercialización de audio digital e identificación de sus atributos diferenciales y sus respectivos modelos de negocio. Descripción del marco jurídico y normativa legal en torno al mundo de la radio y el podcasting.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

1. Presentación de la asignatura. Explicación de la Guía Docente. Conceptos básicos
2. Plataformas: cómo el canal de distribución condiciona el contenido y el negocio
 - Sobre el negocio tradicional de la radio
 - El audio en el ecosistema digital de los medios: *live streaming*, audio bajo demanda y podcast.
 - Elección del contenido, producto y marca con foco en el negocio.
3. Plataformas propias
4. Plataformas de terceros
5. Modelos de negocio en los nuevos productos sonoros.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares.

AD1: Planteamiento de distribución de un podcast en producto propio y multidistribución

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final I	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final I	50%

3.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica

- Bonet, M., & Ala-Fossi, M. (2016). *El imperio del aire: Espectro radioeléctrico y radiodifusión*. Barcelona: UOC.
- Cebrián Herreros. (2001). *La radio en la convergencia Multimedia*. Cevisa.
- Cardoso, G. (2011). Más allá de internet y de los medios de comunicación de masas. El nacimiento de la comunicación en red. *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, nº 86, 14-22.
- Gallego Pérez, J. I. (2010). *Podcasting: Nuevos modelos de distribución y negocio para los contenidos sonoros*. Barcelona: UOC.
- Infante Pineda, S., & Lacasa, P. (2018). *Vivir la radio: Empresa, tecnología y audiencia*. Barcelona: UOC.
- Ortiz Sobrino, M. A., & López Vidales, N. (2011). *Radio 3.0: Una nueva radio para una nueva era: la democratización de los contenidos*. Madrid: Fragua.
- Pablos, J. M. d. (2001). *La red es nuestra: El periódico telemático, la revista en línea, la radio digital y el libroweb cambiarán las formas de comunicación social*. Barcelona, [etc.]: Paidós.
- Pedrero Esteban, L. M., Gabilondo, I., & García Lastra-Núñez, J. M. (2019). *La transformación digital de la radio: Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Priestman, C. (2002). *Web radio: Radio production for internet streaming*. Oxford, [etc.]: Focal Press.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Daniel Ventura Herranz
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciado en Historia
Correo electrónico	dventura@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Jefe digital de programas en la Cadena SER. Periodista nativo digital con más de 14 años de experiencia en el sector.</p> <p>Daniel Ventura se incorporó a El HuffPost en 2016.</p> <p>En 2018 fue nombrado jefe de Producto y Desarrollo, puesto desde el que trabajó directamente junto con la dirección en las decisiones editoriales, en la gestión del equipo y en nuevas estrategias de crecimiento.</p> <p>Es licenciado en Historia y máster en Historia Contemporánea por la Universidad Complutense.</p> <p>Cursó también el máster en Periodismo Digital por la Universidad Europea y es, asimismo, profesor de la Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS.</p>