

***Estudios de Periodismo***

**Universidad Carlos III de Madrid**

---

# **Organización y gestión de la empresa informativa**

***Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado***



---

## ■ **EVALUACIÓN DEL PROYECTO:**

*El objetivo es que el estudiante responda a las cuestiones que se plantean seguidamente para ver si ha realizado un adecuado desarrollo de las diferentes etapas del proceso de planificación estratégica*

---

## **Organización gestión de la empresa informativa.**

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

---

# **□ Definición de la misión**

- Determina la razón de ser de la empresa que se quiere crear
  - Define las razones que han llevado a la creación de dicha empresa
  - ¿Qué valores se quieren ofertar?
  - ¿Qué se pretende conseguir?
  - ¿En qué nos diferenciamos de los demás?
  - ¿Qué cualidades conforman nuestra personalidad?
-

## **Organización gestión de la empresa informativa.**

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

---

### **❑ 1. Definición del mercado**

- ❑ Explicar qué necesidades se han detectado en el mercado informativo
  - ❑ Valoración del tamaño del mercado, tendencias, concentración y consumo
  - ❑ Valoración del mercado publicitario
  - ❑ Valoración de la competencia
  - ❑ Valoración del público objetivo
-

## **Organización gestión de la empresa informativa.**

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

---

### **□ Valoración de la oferta**

- ¿Cómo queremos que nos vea el público?
  - ¿Qué valor entregamos al cliente?
  - ¿Cómo vamos a cuidar la calidad de nuestra propuesta?
  - ¿Qué criterios vamos a seguir en la selección y priorización de contenidos?
-

## **Organización gestión de la empresa informativa.**

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

---

### **□ Modelo de negocio**

- ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta?
  - ¿Cuáles son nuestros canales de distribución?
  - ¿Qué paquete de productos o servicios entregamos a cada segmento de clientes?
  - ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?
  - ¿Cuáles son los costes más importantes?
  - ¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?
-

## **Organización gestión de la empresa informativa.**

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

---

### **Viabilidad**

- ¿Se llega a la conclusión de que el proyecto es viable?
  - ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles?
  - ¿Cuáles son los principales riesgos?
-