Universidad de Navarra

Fundamentos de periodismo económico

Guía docente 2025-26

PRESENTACIÓN

Breve descripción: La asignatura de periodismo económico familiariza a los alumnos con las características específicas de este ámbito de actividad informativa, en sus distintas dimensiones: peculiaridades de los contenidos económicos, tratamiento de fuentes, conexión con las audiencias, aspectos particulares del lenguaje y del tratamiento de datos económicos y financieros, dimensiones éticas, y consideración de los efectos de la información en la economía y en los mercados. La asignatura tiene un enfoque teórico-práctico.

- **Titulación**: Periodismo
- **Módulo/Materia**: III. Medios, Modos y Temas (4. Periodismo especializado)
- **ECTS**: 3ECTS
- **Curso, semestre**: Tercer Curso, Primer Semestre
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: Prof. Ángel Arrese (aarrese@unav.es) y Prof. Alfonso Vara (avara@unav.es)
- **Idioma**: Castellano
- **Aula, Horario**: Miércoles, de 10.00 a 12:00 hs. Aula 2 Facultad de Comunicación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

1. CONOCIMIENTOS

RA2 - Conocer y valorar el hecho comunicativo en sus múltiples dimensiones: histórica, económica y empresarial, legal, deontológica y tecnológica.

RA6 - Definir y comprender la evolución histórica de las modalidades y tradiciones periodísticas españolas, europeas e internacionales contemporáneas, así como de las teorías, conceptos y corrientes que las estudian.

2. HABILIDADES

RA11 - 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

RA13 - Expresar conocimientos e ideas de manera oral y escrita, con rigor, orden y creatividad con el fin de divulgar conocimiento a la sociedad.

RA14 - Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.

RA15 - Expresar con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados.

RA21 - Detectar y corregir los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos de la edición o producción y realización de productos informativos.

3. COMPETENCIAS

RA28 - Identificar los fundamentos éticos y deontológicos del quehacer periodístico y saber aplicarlos en la realidad profesional.

PROGRAMA

1. Breve introducción a la historia de la información económica
2. Naturaleza y características de la información económica
3. Medios, modos y audiencias de la información económica
4. Ámbitos de la información económica
5. Fuentes de información económica
6. El lenguaje de la información económica
7. Deontología profesional y empresarial de la información económica
8. Efectos socioeconómicos de la información económica

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Clases teóricas:

Durante las clases, se expliacarán los principales contenidos del tema correspondiente de cada semana, y en algunas ocasiones se realizarán actividades prácticas en el Aula relacionadas con los aspectos tratados en la sesión. **(Dedicación: 25 horas)**

2. Trabajo individual del alumno:

Los estudiantes tendrán que realizar algunas prácticas individuales, sobre cuestiones relacionadas con la elaboración de información económica. **(Dedicación: 5 horas)**

3. Análisis de una publicación económica o de la sección de Economía de un diario:

Divididos en grupos de 6 personas, los alumnos tendrán que analizar una publicación económica (diario o revista) o la sección de Economía de un medio de información general. Esta actividad se desarrollará en la última parte de la asignatura, y se avisará en su momento cuándo y cómo organizar el trabajo de los grupos. En el análisis y exposición grabada (máximo 15 minutos) se deben incluir al menos los siguientes aspectos:

1. Breve descripción del medio en el que se incluye la sección: grupo de comunicación al que pertenece, difusión, ámbito geográfico de difusión, principales características, etc.

2. Descripción de la sección:

- Número de páginas habituales.
- Ubicación dentro del periódico.

3. Temas y asuntos más tratados: son temas propios, de agenda, etc.

4. Empresas, instituciones, personas más nombradas.

5. Análisis de las principales fuentes: cuántas, de qué tipo, oficiales o no, institucionales, personales, documentales, bases de datos, etc.

6. Análisis lingüístico de las informaciones.

7. Análisis de los elementos infográficos más habituales.

8. Análisis crítico de la cobertura: a juicio del grupo, razone el grado de comprensibilidad y de utilidad que ofrece la sección a un lector medio. Proponga soluciones en caso de que su valoración sea negativa. Muestre en la exposición algunos ejemplos (positivos o negativos).

9. Valoración global de la sección: haga una valoración general sobre los puntos fuertes (aspectos más positivos) y puntos débiles (aspectos más deficientes) de la sección.

(Dedicación: 15 horas)

4. Estudio personal: cada alumno ha de estudiar 2 horas/semanales el contenido indicado por el profesor, tanto de la bibliografía obligatoria como de los apuntes explicados en clase. **(Dedicación: 28 horas)**

5. **Realización del examen (Dedicación: 2 horas)**

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La nota final de la asignatura se compone de:

1. Examen final: tendrá un valor del 60% de la nota final, y constará de preguntas de breve desarrollo sobre los contenidos de la asignatura.

2. Trabajo en grupo: análisis de una publicación económica o sección de Economía de una publicación de información general: vale el 20% de la nota final. No es necesario que expongan todos los miembros de cada grupo. El tiempo máximo de presentación grabada será de **15 minutos**. **El trabajo en grupo se realizará en las últimas semanas del curso.**

3. Asistencia y participación: actividades realizadas individualmente en el Aula. 20% de la nota final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Convocatoria extraordinaria: consistirá en examen similar al de la convocatoria ordinaria, que incluirá también preguntas relacionadas con las actividades prácticas realizadas en la asignatura (100%).

ALUMNOS CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES: el profesor conjuntamente con el Vicedecanato de Alumnos de la Facultad de Comunicación proporcionará un sistema de evaluación adecuado a las capacidades de los alumnos diagnosticados con necesidades educativas especiales.

Universidad de Navarra

NOTA IMPORTANTE: cualquier intento de fraude, engaño, copia, plagio u otra conducta irregular por parte de los alumnos en cualquiera de las pruebas puntuables de la asignatura (exámenes, tests, pruebas en clase, etc.) será sancionado con el suspenso de la asignatura.

En esta asignatura se asume que el trabajo de los estudiantes será generado por ellos mismos, individualmente o en grupo, según las instrucciones dadas por el profesor. Si un estudiante hace que otra persona o entidad realice una parte sustancial de una tarea calificada para él (lo que incluye copiar de otra persona o entidad, utilizar a un tercero para completar una tarea o examen, y/o usar herramientas de IA generativa, como ChatGPT), se considerará que está violando la Normativa sobre disciplina académica de los estudiantes"

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dr. Ángel Arrese (aarrese@unav.es)

- Despacho 0750. Edificio de Bibliotecas Ismael Sánchez-Bella. Planta Baja, Departamento de Marketing y Empresas de Comunicación
- Horario de tutoria: Lunes de 12:00 a 14:00, y Martes de 16:00 a 18:00.

BIBLIOGRAFÍA

Manual de la asignatura:

ARRESE, Ángel y VARA, Alfonso. **Fundamentos de periodismo económico**. Temas y lecturas. Pamplona: EUNSA, 2011. Localízalo en la Biblioteca

Bibliografía complementaria:

-ARRESE, Ángel, **Prensa económica. De la Lloyd's List al wsj.com**, Eunsa, Pamplona, 2003.

-COCA, C., DÍEZHANDINO, M. P., **Información económica. Teoría y práctica**, Barcelona, Editorial CIMS, 1997.

-FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (coord.), **Periodismo especializado**, Editorial Ariel, Barcelona, 2004.

-FINK, Conrad, **Bottom Line Writing. Reporting the Sense of Dollars**, Iowa State University Press, Ames, Iowa, 2000.

-GAVIN, Neil T. (ed.), **The Economy, Media and Public Knowledge**, Leicester University Press, London, 1998.

-KURTZ, Howard, **The Fortune Tellers. Inside the Wall Street's Game of Money, Media and Manipulation**, Simon & Schuster, New York, 2000.

-PARSONS, W., **The Power of the Financial Press. Journalism and Economic Opinion in Britain and America**, Edward Elgar, Aldershot, 1989.

-RAMÓN CARRIÓN, M., **La información económica en radio**, Madrid, Universidad Europea CEES-Ediciones, 2002.

-ROUSH, Chris, **Profits and Losses. Business Journalism and its Role in Society**, Marion Street Press, Oak Park, 2006.

-ROUSH, Chris, **Show Me the Money. Writing Business and Economics Stories for Mass Communication**, Routledge, New York, 2011.

-SCHIFFRIN, Anya (ed.), **Bad News: How America's Business Press Missed the Story of the Century**, The New Press, New York, 2011.

-SMITH, Rebecca y EMSHWILLER, John R., **24 Days: How Two Wall Street Journal Reporters Uncovered the Lies that Destroyed Faith in Corporate America**, Collins, New York, 2004.

-THOMPSON, T. (ed.), **Writing About Business. The New Columbia Knight-Bagehot Guide to Economics and Business Journalism**, Columbia University Press, New York, 2001.

-VARA MIGUEL, Alfonso. **Economía básica para comunicadores**. Pamplona: EUNSA, 2009.

-WINANS, R. Foster, **Trading Secrets. Seduction and Scandal at The Wall Street Journal**, St. Martin's Press, New York, 1984.

Recursos online

Medios de Comunicación

Expansión (expansión.com)

Cinco Días (cincodias.com)

El Economista (eleconomista.com)

Financial Times (ft.com)

The Wall Street Journal (wsj.com)

The Economist (economist.com)

Bloomberg (bloomberg.com)

Portales especializados en información económica

Finanzas (finanzas.com)

Invertia (invertia.com)

Yahoo Finanzas (es.finance.yahoo.com)

Organismos e instituciones

Banco de España (bde.es)

Banco Central Europeo (ecb.europa.edu)

Ministerio de Economía (mineco.gob.es)

Instituto Nacional de Estadística (ine.es)

Asociación Periodistas de Información Económica (APIE) (apie.es)

Universidad de Navarra

Mercados financieros

Bolsa de Madrid (bolsamadrid.es)

Comisión Nacional Mercado Valores (CNMV) (cnmv.es)

Infobolsa (infobolsa.es)

Códigos deontológicos

-Código de Conducta de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE).

Disponible: http://www.apie.es/asociacion/codigo

-Code of Ethics of Dow Jones.

Disponible: http://www.dowjones.com/codeconduct.asp

-Code of Ethics of the Society of American Business Editors and Writers (SABEW). Disponible: http://sabew.org/about/codes-of-ethics/sabews-code-of-ethics/

-Code of Practices of Press Complaints Comission, PCC.

Disponible: http://www.pcc.org.uk/cop/practice.html

-Estatuto de la Redacción de El Mundo.

Disponible: http://sindicat.org/spc/docum/uploads/ER%20El%20Mundo.pdf

-The New York Times Company Policy on Ethics in Journalism

Disponible: http://www.nytco.com/press/ethics.html

-The Financial Times Code of Practice

Disponible: http://aboutus.ft.com/wp-content/blogs.dir/98/files/2010/09/FT-Editorial-Code-of-Practice.pdf

-The Business Week Code of Journalistic Ethics

Disponible: http://www.businessweek.com/ethics.htm