

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Periodismo		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Estructura y Empresa de los Medios de Comunicación		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	3	Código:	1736
Periodo docente:	Sexto semestre		
Materia:	Empresa		
Módulo:	Organización y Producción Informativa		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura Estructura y Empresa de los Medios de Comunicación se pretende que el alumno conozca la estructura del sector de la comunicación, así como el funcionamiento y organización de las empresas periodísticas. Igualmente se abordan los procedimientos y técnicas de comunicación aplicadas a la producción informativa vinculadas con el ámbito empresarial, social y organizativo. Para ello se abordan todos los aspectos relacionados con la dimensión económico-empresarial de la comunicación.

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas / generales / transversales

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

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

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

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Saber comprender las claves de los acontecimientos informativos de la sociedad actual para transmitirlos a la opinión pública utilizando como soporte cualquier medio de comunicación.

Ser capaz de investigar y profundizar en el proceso comunicativo y su impacto social.

Adquirir la capacidad para plantear y responder creativamente a las preguntas fundamentales en torno al qué, el porqué y las consecuencias de los acontecimientos humanos, sociales, políticos y económicos.

Adquirir un pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico para ser capaz de comprender la realidad y transmitirla a través de los medios de comunicación.

Ser capaz de transmitir a la opinión pública la diversidad cultural e informativa, a través de un discurso riguroso.

### Competencias específicas

Adquirir un conocimiento de la realidad socio comunicativa de España y del resto del mundo (políticas informativas y funcionamiento).

Conocer la estructura de los medios de comunicación y de sus principales formatos, en tanto que expresiones de los modos de vida y de sus culturas, en su relación con los contextos sociales y sus cambios.

Adquirir un conocimiento de los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual, y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo.

Adquirir un conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de la empresa de comunicación.

### DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

### OBJETIVO

Analizar los medios de comunicación desde el punto de vista de su identidad empresarial con el fin de valorar la repercusión que estos tienen en el desarrollo personal de los ciudadanos

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno será capaz de:

Identificar quién es el centro del proceso de comunicación.

Analizar las intenciones en la selección de contenidos de los medios de comunicación.

Entender las relaciones de poder entre lo informativo lo tecnológico lo ideológico lo económico y lo político y el derecho de la sociedad a una información honesta y veraz.

Estudiar la organización de los sistemas de medios de comunicación así como los flujos de información y los grados de concentración.

Analizar la responsabilidad del comunicador en su misión.

Detectar las técnicas de manipulación que utilizan los medios de comunicación con el fin de aprender a hacer una lectura crítica de los medios de comunicación.

## TEMARIO

TEMA 1.- SENTIDO Y LIMITES DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

TEMA 2.- DIMENSIÓN ECONÓMICA Y EMPRESARIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TEMA 3.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA REALIDAD SOCIAL

TEMA 4.- LA IDENTIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TEMA 5.-LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

TEMA 6.- LAS FUENTES EN EL PERIODISMO INFORMATIVO

TEMA 7.- LA EMPRESA DE PRENSA

TEMA 8.- EL SECTOR AUDIOVISUAL

TEMA 9.- OTROS SECTORES DE LA COMUNICACIÓN

## METODOLOGÍA/ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Actividad es de trabajo presencial

. Clases expositivas: Exposición de contenidos y actividades por parte del profesor con participación de los estudiantes en el comentario de los temas expuestos y en la realización de ejercicios que les lleven a dominar los contenidos expuestos.

. Clases prácticas y seminarios: trabajo individual con el fin de profundizar en algún aspecto de los contenidos de la asignatura y en los principios didácticos fundamentales.

. Presentación de trabajos en grupo: Presentación del trabajo elaborado en torno a temas propuestos por el profesor relativos a la asignatura.

. Tutoría: Una tutoría personalizada de atención al alumno con el objetivo de revisar y debatir los temas presentado o propuestos en clases y aclarar dudas y tres tutorías grupales, de supervisión de los grupos de estudiantes en el desarrollo del trabajo propuesto.

. Evaluación: Realización de pruebas de evaluación a lo largo del curso mediante la realización de trabajo prácticos, presenciales o autónomos, individuales o en grupo.

Actividad es de trabajo autónomo

. Trabajos en grupo/individual: Diseño y desarrollo de un trabajo. El alumno deberá buscar documentación y preparar cuestiones relacionadas con la asignatura. El profesor previamente habrá dividido la clase en grupos de trabajo.

. Estudio personal: Investigación personal en torno a los temas desarrollados en clase o aquellos que, de una u otra forma, permitan al alumno el conocimiento completo de la asignatura.

. Trabajo virtual en la Red: Prácticas y análisis de documentos que se irán publicando en el aula virtual correspondiente a la asignatura.

## **SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

### **CONVOCATORIA DE JUNIO**

Ponderación de la evaluación continua:

- 1.Prueba objetiva de contenidos: 50 %  
Es necesario aprobar esta prueba para ser evaluado.
- 2.Prueba de ejecución de tareas. 20 %
- 3.Trabajos y proyectos: 15 %
- 4.Técnicas de observación: 15%

### **CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE**

El alumno que no supere estas puntuaciones durante el curso se le diseñará un plan especial para la convocatoria de septiembre.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Bibliografía básica**

\* MTZ.-FRESNEDA, H., DAVARA, J. Y ORTEGA, M. "Los medios de comunicación, a examen. Una nueva perspectiva". Editorial Universidad Francisco de Vitoria. Madrid, 2005.