Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Periodismo
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
Asignatura:	Estructura de la Comunicación
Tipo:	Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Curso:	3
Código:	3258
Periodo docente:	Quinto semestre
Materia:	Empresa
Módulo:	Organización y Producción Informativa
Tipo de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Total de horas de dedicación del alumno:	150

Equipo Docente	Correo Electrónico
Humberto José Martínez-Fresneda Osorio	h.fresneda@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura Estructura de la 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.

La asignatura Estructura de la Comunicación es una asignatura de carácter obligatorio, de la Rama de Ciencias Sociales, del Módulo de Organización y Producción Informativa, de la Materia de Empresa, que se imparte en el primer semestre del Tercer Curso de la Titulación de Grado en Periodismo y que consta de seis créditos ECTS.

Con esta asignatura se pretende que el alumno profundice en el conocimiento de los conceptos más importantes relativos al funcionamiento del mercado de la comunicación.

De esta manera se adentrará en el conocimiento del panorama de los medios de comunicación en España y en el mundo.

Conocer la estructura empresarial del sector de la comunicación es vital para definir quién es quién en el campo de la comunicación y entender los mensajes que se transmiten desde los medios de comunicación. Por este motivo, el alumno reflexionará en torno a la actualidad informativa y el tratamiento desde diferentes medios de dicha realidad.

Conocer los sectores de la comunicación es fundamental para poder tener una visión completa e íntegra de las empresas periodísticas asi como de sus tecnologías.

La asignatura tiene un carácter teórico-práctico con el fin de que esta interrelación permita al alumno realizar una inmersión rentable en el mundo de la empresa informativa.

Por tanto, el contenido de esta materia aborda todos los aspectos relacionados con la dimensión económico-empresarial de la comunicación, desde una doble perspectiva: Por un lado, el conocimiento de los conceptos más generales de la economía y el funcionamiento del mercado de la comunicación; por otro, el contacto directo del alumno con alguna de las facetas del trabajo y la investigación periodísticas.

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 a través de la información que transmiten.

Los fines especficos de la asignatura son:

Conocer quién es quién en los medios de comunicación

Descubrir las principales técnicas de manipulación que utilizan los medios

Conocer todos los sectores de comunicación y cuales son sus peculiaridades

Entender la labor del periodista y analizar la misión que tiene como buscador y transmisor de la verdad

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los correspondientes al grado.

CONTENIDOS

TEMA 1.- SENTIDO Y LIMITES DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN
1.1 Características de la estructura
1.2 Concepto de comunicación
1.3 El proceso de comunicación de los medios de comunicación
1.4 Concepto de estructura de la comunicación
1.5. Factores que condicionan la comunicación
1.6. La manipulación informativa+
1.7 La misión del periodista
1.8 Libertad de expresión y responsabilidad del periodista

TEMA 2.- DIMENSIÓN FORMATIVA, SOCIAL, ECONÓMICA Y POLÍTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
2.1 Dimensión formativa y social de los medios de comunicación
2.2 Dimensión económica de los medios de comunicación
2.3 Dimensión política de los medios de comunicación

TEMA 3.- LA IDENTIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TEMA 4.- LAS FUENTES EN EL PERIODISMO INFORMATIVO
4.1 La importancia de las fuentes
4.2 Tipos de fuentes en el periodismo informativo

TEMA 5.- LA EMPRESA DE PRENSA
5.1 Concepto
5.2 Tipos de publicaciones periódicos
5.3 Protagonistas de las publicaciones periódicas escritas
5.4 Tendencias de las publicaciones periódicas escritas en España
5.5 Cómo se organiza una empresa de prensa
5.6 Conceptos claves en la empresa de prensa
5.7 Empresas de medición de audiencias en las publicaciones periódicas escritas
5.8 Las agencias de información

TEMA 6.- EL SECTOR AUDIOVISUAL
6.1 Concepto
6.2 Clasificación
6.3 Televisión
6.4 Radio
6.5 Cine
6.6 Internet

ACTIVIDADES FORMATIVAS

LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación. Para ello es necesario que el docente realice una buena estructuración del contenido, tenga claridad expositiva y sea capaz de mantener la atención y el interés del

estudiante.

TRABAJO AUTÓNOMO. En esta metodología el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores,mentores). Es el estudiante el que diagnostica sus necesidades de aprendizaje, formula sus metas de aprendizaje, identifica los recursos que necesita para aprender, elige e implementa las estrategias de aprendizaje adecuadas y evalúa los resultados de su aprendizaje. El docente se convierte así en el guía, el facilitador y en una fuente de información que colabora en ese trabajo autónomo. Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación

TRABAJO COOPERATIVO EN GRUPOS REDUCIDOS: El número de alumnos programado en nuestra Universidad nos permite un trabajo grupal en grupos reducidos. Slavin define el trabajo cooperativo como "estrategias de instrucción en las que los alumnos están divididos en grupos pequeños y son evaluados según la productividad del grupo", lo que pone en juego tanto la responsabilidad individual como la interdependencia positiva, base del trabajo profesional en equipo.

SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL: que incluye entrevistas, grupos de discusión, autoinformes e informes de seguimiento tutorial.

PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO PROFESIONAL: "Dentro del programa de acompañamiento profesional del departamento de Prácticas y Empleo, "Protagoniza tu futuro" los alumnos realizarán un taller en el aula y una mentoría individual con el fin de obtener herramientas y recursos que les ayuden a potenciar su empleabilidad. Todas las actividades serán de asistencia obligatoria y se tendrán en cuenta para la calificación."

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clases expositivas 35h Clases prácticas 10h Seminarios y tutorías 11h	Trabajo en grupoindividual 30h Estudio teórico y práctico 40h Trabajo virtual en la Red 20h

Evaluación 4h	

COMPETENCIAS

Competencias básicas

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

Competencias generales

Desarrollar la capacidad de ejercer labores informativas como director o redactor de información periodística en cualquier tipo de soporte mediático tradicional o electrónico bien como trabajador autónomo, por cuenta ajena y en sistemas de autoempleo.

Aprender a aprender: comprender el propio dinamismo del desarrollo personal mediante las competencias de comunicación, investigación, pensamiento crítico-creativo, planteamiento y ejecución de planes de acción y trabajo en equipo.

Competencias específicas

Adquirir un conocimiento de la realidad sociocomunicativa 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

CONVOCATORIA ORDINARIA Los requerimientos mínimos para mantener la evaluación continua son: - Entregar una ficha al profesor antes de la tercera semana de clase. - Darse de alta en el aula virtual y publicar una foto - retrato y su correo-e antes de la tercera semana de clases. - Haber ejecutado y entregado en fecha la totalidad de los trabajos personales y grupales propuestos en clase (los elaborados posteriormente se corregirán para el aprendizaje del alumno, pero no serán calificados) y cumplido los requisitos mínimos de cada uno de ellos. - Asistir al menos al 80 % de las clases. - Asistir al menos al 80 % de las tutorías. Ponderación de la evaluación: Las faltas de ortografía supondrán suspensos parciales en prácticas y trabajos y el suspenso en la asignatura en los exámenes finales de todas las convocatorias. Es necesario aprobar todas las partes de la evaluación para ser evaluado. En caso de no ser así, se guardarán las partes aprobadas para la convocatoria extraordinaria. Si se suspendiera en la convocatoria extraordinaria la asignatura estará suspendida en su totalidad para el curso siguiente. El profesor, si lo considera necesario podrá hacer pruebas extras en función del rendimiento del grupo y que tendrán su repercusión en la evaluación final. 1.Prueba objetiva de contenidos: 60 % El examen versará sobre contenidos teóricos de la asignatura. Es necesario aprobar esta prueba objetiva de contenidos para ser evaluado. 2.Prueba de ejecución de tareas. 20 % Prácticas entregadas - Todas: 2 puntos. - Entre 50% y 60%: 1 punto. - Menos del 50 por ciento: 0 puntos (deberá presentarlas en la convocatoria extraordinaria). 3. Trabajo grupos de comunicación: 20 % CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA 1.Prueba objetiva de contenidos: 60 % El examen versará sobre contenidos teóricos de la asignatura. Es necesario aprobar esta prueba objetiva de contenidos para ser evaluado. 2.Prueba de ejecución de tareas. 20 % Prácticas entregadas - Todas: 2 puntos. - Entre 50% y 60%: 1 punto. - Menos del 50 por ciento: 0 puntos (deberá presentarlas en la convocatoria extraordinaria). 3. Trabajo sobre grupos de comunicación: 20 %. “Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.” SISTEMA DE EVALUACIÓN ALTERNATIVO (PARA LOS ALUMNOS QUE NO PUEDAN SEGUIR LA EVALUACIÓN CONTINUA): 1. Prueba objetiva de contenidos: 70% El examen versará sobre contenidos teóricos de la asignatura. Es necesario aprobar esta prueba objetiva de contenidos para ser evaluado. 30% Trabajo sobre grupos de comunicación

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

MARTÍNEZ VALLVEY, F, NUÑEZ FERNÁNDEZ, V.Centro de Estudios Financieros, Madrid, 2016.

Complementaria * ARRESE, "La comunicación y su estructura en la era digital". Centro de Estudios Financieros, Madrid, 2016.

KOVACH, Bill y ROSENSTIEL,Tom. "Los elementos del periodismo". Aguilar. Madrid, 2012

LÓPEZ QUINTÁS, Alfonso. "La tolerancia y la manipulación". Rialp. Madrid 2001

MARTÍNEZ-FRESNEDA OSORIO, Humberto (2010). "La trascendencia de la comunicación. Una visión pedagógica de los medios". Fragua. Madrid, 2010.

PÉREZ LATRE, Francisco Javier y SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso (2014). "Innovación en los medios: La ruta del cambio". EUNSA. Ediciones Universidad de Navarara, S.A.