

Teaching guide

IDENTIFICATION DETAILS

Degree:	Journalism		
Field of Knowledge:	Social and Legal Science		
Faculty/School:	Communication Science		
Course:	COMMUNICATION STRUCTURE		
Type:	Compulsory	ECTS credits:	6
Year:	3	Code:	3258
Teaching period:	Fifth semester		
Area:	Company		
Module:	Organisation and Production of Reporting		
Teaching type:	Classroom-based		
Language:	Spanish		
Total number of student study hours:	150		

SUBJECT DESCRIPTION

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 así 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.

SKILLS

Basic Skills

Students must have demonstrated knowledge and understanding in an area of study that is founded on general secondary education. Moreover, the area of study is typically at a level that includes certain aspects implying knowledge at the forefront of its field of study, albeit supported by advanced textbooks

Students must be able to apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and possess skills that can typically be demonstrated by coming up with and sustaining arguments and solving problems within their field of study

Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) in order to make judgments that include reflections on pertinent social, scientific or ethical issues

Students must be able to convey information, ideas, problems and solutions to both an expert and non-expert audience

Students must have developed the learning skills needed to undertake further study with a high degree of independence

General Skills

To develop the ability to carry out informative duties as a director or press editor in any traditional or electronic media format, either as a freelancer, employee or through self-employment schemes.

To learn how to acquire knowledge: to understand the dynamics of personal development through skills in communication, research, critical and creative thought, consideration and execution of action plans, and teamwork.

Specific skills

To gain an understanding of the reality of society and communication in Spain and the world at large (information and operation policies).

To be familiar with the structure of the media and its main formats in terms of an expression of lifestyles and cultures and how they fit in with social contexts and changes.

To gain an understanding of the main debates and media events arising from the world today, how they come about and are disseminated, based on the communication strategies and all manner of interests linked to them.

To gain an understanding of the structure, operation and management of a communications company.

DISTRIBUTION OF WORK TIME

CLASSROOM-BASED ACTIVITY	INDEPENDENT STUDY/OUT-OF-CLASSROOM ACTIVITY
60 hours	90 hours