

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Estructura del Sistema de Medios
Código	E000005095
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Ignacio Bergillos García
Horario	Lunes (09:00 - 11:00) y miércoles (11:00 - 12:00)
Horario de tutorías	Se confirmarán durante la primera semana de clase. También se pueden solicitar tutorías personales por email.
Descriptor	Estructura del Sistema de Medios lleva el nombre del módulo en el que se enmarca; Industrias Culturales y Estructura del Sistema Audiovisual. Se preocupa por exponer y analizar las características principales de este tipo de industrias, los procesos de concentración y las lógicas del mercado audiovisual, así como la relación local/global en los procesos culturales contemporáneos. Las materias que componen el módulo están relacionadas con la economía y la gestión de las industrias culturales y del entretenimiento y tienen como objetivo principal el conocimiento de las tendencias y características del mercado audiovisual. Igualmente, se estudian los aspectos jurídicos/legales que afectan a dicho mercado, además de los intangibles como elementos que crean valor en las organizaciones, centrándose en la comunicación y la imagen corporativas de entidades vinculadas a cualquier sector económico.

Datos del profesorado

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura

Aportación al perfil profesional de la titulación

Entre los perfiles profesionales que figuran en el Libro Blanco de las Titulaciones en Comunicación:

- Productor y gestor audiovisual
- Gestor de portales y editor de contenidos
- Responsable de comunicación institucional
- Investigador y analista de los fenómenos comunicativos y de las políticas y la economía del sector audiovisual
- Docente en las enseñanzas superiores o medias para impartir materias de comunicación y nuevas tecnologías del audiovisual

Prerequisitos

No se exigen conocimientos previos necesarios ni tampoco el haber cursado una asignatura anterior. Sin embargo, se entiende que en el tercer curso de un grado universitario el alumno es capaz de utilizar la lengua castellana con fluidez y que domina su gramática y ortografía. Tanto en los trabajos como en el examen final se restará un punto por cada falta ortográfica o gramatical realizada hasta un máximo de tres puntos. También se presupone la capacidad del estudiante de entender textos escritos en inglés, así como un interés por la actualidad de la industria audiovisual y un conocimiento básico de los principales agentes implicados en su desarrollo.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG04	Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos) para su aplicación en la actividad profesional.
CG05	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación a nivel local, nacional e internacional para la actividad profesional.
CG07	Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.

TRANSVERSALES

CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT09	Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político.

ESPECÍFICAS

CE01	Conocer y entender las estructuras y políticas económicas, psico-sociales, culturales y demográficas de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.
CE08	Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.

Resultados de Aprendizaje

RA1	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, etc.)
	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación de la Comunidad Autónoma y sus

RA2	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación de la Comunidad Autónoma y sus interrelaciones en el contexto español, europeo y mundial.
RA3	Conocer la estructura y las políticas de la comunicación audiovisual.
RA4	Conocer el mercado audiovisual y las formas de promoción y explotación de los contenidos audiovisuales.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos
1. Introducción
Delimitación del objeto de estudio
Conceptos clave y definiciones
Aproximaciones teóricas
2. Grupos de comunicación
Las industrias culturales
Convergencia, conglomeración, concentración
Estrategias en transformación
3. Sistemas de medios (híbridos)
Sistemas mediáticos comparados
The hybrid media system

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura
<p>Coordinación:</p> <p>La asignatura se desarrollará coordinadamente con otras materias del módulo. En las clases presenciales se expondrá el contenido teórico de los temas, siguiendo textos de referencia que servirán para fijar los conocimientos ligados a las competencias previstas y dar paso a clases prácticas de resolución de problemas.</p> <p>Exposición de temario y trabajos:</p> <p>A partir de las clases teóricas y prácticas se propondrá la realización de trabajos. Estos trabajos podrán ser personales o en equipo, sobre teoría o resolución de problemas y para su realización los alumnos tendrán el apoyo del profesor en seminarios o tutorías. Además, los estudiantes deberán desarrollar un trabajo de estudio y asimilación de la teoría para alcanzar las competencias previstas. Deberán igualmente exponer alguno de sus trabajos ante el profesor y el resto de compañeros.</p> <p>Campus Virtual y Teams:</p> <p>El Campus Virtual y la plataforma Teams son los principales entornos para la comunicación, la consulta, el acceso a material y el intercambio de contenido de la asignatura. Las notificaciones del profesor, las entregas de los trabajos, las modificaciones sobre calendario y los contenidos a estudiar estarán disponibles o listados en el Campus Virtual. El profesor también estará disponible en horario de tutoría</p>

<p>Examen teórico parcial durante el cuatrimestre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de las respuestas a la teoría estudiada. • Profundidad de las respuestas. • Concreción y corrección en la aplicación de conceptos teóricos. • Corrección lingüística. • En caso de suspender, se puede recuperar el contenido en el examen final de la asignatura. 	<p>20</p>
<p>Examen final de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de las respuestas a la teoría estudiada. • Profundidad de las respuestas. • Concreción y corrección en la aplicación de conceptos teóricos. • Corrección lingüística. • Prueba recuperable en convocatoria extraordinaria. 	<p>20</p>
<p>Trabajo de investigación o proyecto de observatorio:</p> <p>Los alumnos tienen dos opciones para realizar esta actividad.</p> <p><u>Opción 1:</u> Elaboración de un artículo de investigación o <i>paper</i> sobre algún tema relacionado con la asignatura. La delimitación del objeto de estudio se deberá pactar con el profesor en tutoría.</p> <p><u>Opción 2:</u> Elaboración colaborativa de un informe de las industrias mediáticas en Baleares. Cada alumno deberá aportar información sobre un sector y sus principales agentes a nivel de producción, distribución, comercialización, exhibición... Los criterios de elaboración se especificarán en tutoría.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En el Campus Virtual se especificarán las indicaciones formales para el trabajo y/o el proyecto. El incumplimiento de las pautas establecidas será evaluado como suspenso. <p>Opción 1: La nota del trabajo se calcula a partir del proceso de investigación (35%), el trabajo final (40%) y la presentación pública (25%), siguiendo las rúbricas de los TFG del CESAG (www.cesag.org/TFG). Todos estos apartados deben estar aprobados para calcular el resultado final.</p> <p>Opción 2: La nota del proyecto se calcula a partir del proceso de trabajo (35%), el documento final (40%) y la presentación pública (25%). Se evaluará la precisión y profundidad de los datos, el tamaño de la muestra, la correcta aplicación metodológica y la corrección lingüística.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tanto el <i>paper</i> como el proyecto son recuperables en convocatoria extraordinaria. 	<p>30</p>
<p>Seminarios</p> <p>Preparación, presentación y debate de textos académicos sobre los distintos objetos de estudio tratados en la asignatura.</p> <p>Ejercicios online y en clase</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Corrección en las respuestas • Aplicación de conceptos teóricos • Profundidad en las respuestas • Capacidad de síntesis y de puesta en común con los contenidos de la asignatura 	<p>20</p>

Pruebas vinculadas a lecturas obligatorias. Comentarios de texto. Debates en clase. <i>Role-play</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Corrección lingüística • Los ejercicios en clase no son recuperables. 	
Participación e implicación en la clase: Atención e interés del alumno en las clases, así como participación en actividades, visitas, encuentros con profesionales y proyecciones adscritas a la asignatura. También se tendrán en cuenta las aportaciones del alumnado a los debates y foros del Campus Virtual.	<ul style="list-style-type: none"> • No recuperable. • La asistencia a clase no se valora dentro de este sistema, pues es obligatoria y se da por hecha. 	10

Calificaciones

Mínimos para aprobar:

Para aprobar la asignatura se deberán aprobar las dos partes principales de la evaluación (trabajo y exámen final) y alcanzar un 5 en el cálculo final de todas las herramientas de evaluación.

Normativa y asistencia a clase:

Se recuerda que la asistencia a clase es obligatoria. Según indica el artículo 15 de la normativa académica: 1. Se denomina escolaridad al proceso de evaluación continua del cual forma parte esencial la asistencia a clase. (RG, art. 93) 2. La asistencia a clase y a las actividades docentes presenciales, cuya comprobación corresponde a cada profesor, es obligatoria para todos los alumnos. La inasistencia comprobada e injustificada a más de un tercio de las horas lectivas impartidas en cada asignatura, puede tener como consecuencia la imposibilidad de presentarse a examen en la convocatoria ordinaria del mismo curso académico. En el supuesto de que se aplicara esta consecuencia, la pérdida de convocatoria se extenderá automáticamente a la convocatoria extraordinaria. A todos los efectos, se considerará pendiente de cumplimiento de la escolaridad obligatoria de la asignatura. Para que pueda hacerse efectiva la pérdida de convocatoria es necesario que, al comienzo del curso, se dé a conocer por escrito, en la guía docente, a los alumnos la norma establecida en el apartado anterior junto con el resto de las normas y régimen de desarrollo de la asignatura.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Trabajo de investigación y/o informe de las Industrias Culturales en Baleares: - Delimitación del objeto - Primera exploración bibliográfica - Estado de la cuestión	De la primera a la tercera semana	4 de octubre
Trabajo de investigación y/o informe de las Industrias Culturales en Baleares: - Diseño de la metodología - Aproximación teórica	Entre la cuarta y la sexta semana	30 de octubre

- Redacción del estado de la cuestión		
Trabajo de investigación y/o informe de las Industrias Culturales en Baleares: - Trabajo de campo - Recogida de datos - Análisis	Entre la séptima y la décima semana	22 de noviembre
Trabajo de investigación y/o informe de las Industrias Culturales en Baleares: - Redacción final - Correcciones	Entre la undécima y la penúltima semana	20 de diciembre
Trabajo de investigación y/o informe de las Industrias Culturales en Baleares: - Presentación en clase	Última semana de clase	Entre el 7 y el 11 de enero
Examen teórico parcial	Entre el 26 y el 30 de octubre	En clase el día de realización.
Seminarios y otros ejercicios en clase	Semanalmente, durante todo el cuatrimestre	En clase el día de realización.
Examen final de la asignatura	A confirmar en la web del CESAG	En clase el día de realización.
Examen final de la asignatura en convocatoria extraordinaria	A confirmar en la web del CESAG	En clase el día de realización

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Artículos académicos que se pondrán a disposición del alumnado en el Campus Virtual o en copistería.

Bustamante, E. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: industrias culturales en la era digital*. Barcelona: GEDISA.

Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System. Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press.

Deuze, M. y Prenger, M. (2019). *Making Media*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Fernández Quijada, D. (2008). *Las industrias culturales ante el cambio digital. Propuesta metodológica y análisis de caso de la televisión en España*. Tesis doctoral: Universitat Autònoma de Barcelona.

Hallin, D.C. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer Editorial.

Hesmondalgh, D. (2007) (2nd. ed). *The Cultural Industries*. London: SAGE.

Holt, J.; Perren, A. (eds.) (2009). Media Industries. History, Theory, and Method. Malden: Wiley-Blackwell

Bibliografía Complementaria

Almirón, N. (2010). Journalism in crisis. Corporate Media and Financialization. Cresskill: Hampton Press

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2017). Informe 2016. L'audiovisual a Catalunya. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Hardy, J. (2008). Western Media Systems. Londres: Routledge.

Lamuedra Graván, M. (coord.)(2012). El futuro de la televisión pública. La necesaria alianza con la ciudadanía. Madrid: Editorial Popular.

Reig, R. (2011). Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España. Barcelona: Gedisa.

Zallo, R. (2011). Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital. Barcelona: Gedisa.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?
csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)