

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Empresa de Comunicación Informativa
Código	E000005137
Título	Grado en Periodismo por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Periodismo [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	Dra. Angy Galvín
Horario	Según conste en la web de la universidad
Horario de tutorías	Se comunicará al inicio de la asignatura
Descriptor	<p>Estudio de conceptos básicos empresariales, tipologías de sociedades, legislación básica y aspectos fundamentales de gestión de una empresa periodística (financiación, dirección, recursos humanos, etc.). Las materias de este módulo concretan aspectos básicos de la gestión de las empresas periodísticas, desde diferentes perspectivas: legales, económicas, de dirección, de concentración, etc. y profundizan en 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. Asimismo, contempla un bloque teórico dedicado al emprendimiento y terceras vías para el desarrollo de proyectos personales o para la búsqueda de financiación en periodismo y comunicación.</p>

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Angy Galvin Benitez
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Despacho	9
Correo electrónico	agalvin@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura	
Aportación al perfil profesional de la titulación	
<p>La asignatura ofrece al estudiante competencias para asumir tareas de gestión en empresas periodísticas, así como nociones básicas sobre el funcionamiento de la economía, contexto fundamental para ciertas ramas de la profesión periodística. También ofrece conocimientos básicos sobre emprendimiento en periodismo y comunicación, así como de los requisitos administrativos relevantes involucrados en el proceso de formalización de empresa y contratación de personal.</p>	
Prerrequisitos	

No existen

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)
CG05	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación.
CG07	Conocer el mercado audiovisual y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo.
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.

TRANSVERSALES

CT05	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.
CT06	Diseñar y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética.
CT09	Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político.
CT11	Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.

ESPECÍFICAS

CE02	Conocer la estructura, el funcionamiento y las formas de gestión de las empresas de comunicación
CE09	Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.

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.)
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
<p>1. Industria comunicativa. Concepto y naturaleza.</p> <p>2. Factores influyentes en el mercado de comunicación</p> <p>2. 1. Tecnológicos</p> <p>2. 2. Microeconómicos</p> <p>2. 3. Macroeconómicos</p> <p>2. 4. Sociales</p> <p>3. El mercado informativo en España. Análisis y comparativas.</p> <p>4. Comercialización del producto informativo. Emprendimiento. Nueva vías para la divulgación de noticias y la rentabilidad del producto.</p> <p>5. Trámites para crear una empresa y formas jurídicas.</p>

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura	
Metodología Presencial: Actividades	
Clases magistrales y material de apoyo	CG04, CG05, CG07, CG08, CG13, CT05, CT06, CT09, CT11, CE02, CE09
Metodología No presencial: Actividades	
Lecturas, preparación de clases, preparación de exámenes, estudio	CG04, CG05, CG07, CG08, CG13, CT05, CT06, CT09, CT11, CE02, CE09

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES
Clases teóricas y clases prácticas
60.00
HORAS NO PRESENCIALES
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación
90.00

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen general de la asignatura.	<p>Adecuación de las respuestas a las preguntas.</p> <p>Dominio del lenguaje y vocabulario de la asignatura.</p> <p>Sintaxis y ortografía.</p> <p>Recuperable en período extraordinario si no se ha plagiado</p> <p>El plagio implica un suspenso directo del examen con un 0 y obliga al alumno a cursar la asignatura el curso que viene</p>	50 %
Realización y exposición oral de un proyecto individual de empresa informativa que se desarrollará durante el semestre de docencia.	<p>No recuperable. La nota corresponde en un 80% al trabajo escrito y en un 20% a la defensa oral. Es necesario aprobar ambas partes para superar el trabajo. Si cualquier parte está suspendida, la nota máxima es un 4. En el caso de que el alumno no sepa contestar a las preguntas de la profesora en la defensa oral, el trabajo queda suspendido sin posibilidad de recuperación, con un máximo de 4 como nota final. La utilización de Inteligencia Artificial (IA) sin permiso por escrito de la profesora / el plagio implica un suspenso directo del trabajo con un 0 y obliga al alumno a cursar la asignatura el curso que viene.</p>	50 %

Calificaciones

Las calificaciones finales se subirán en el Campus Virtual. El alumno dispondrá de dos días a partir de su publicación para solicitar la revisión.

El examen final de la asignatura es recuperable en la convocatoria extraordinaria de julio en fecha prevista y anunciada a su tiempo por el centro (calendario exámenes).

Cualquier utilización de la IA sin permiso por escrito parte de la profesora/plagio en el examen o en el trabajo individual implicará el suspenso automático del mismo con un 0 sin posibilidad de recuperación en período extraordinario en el presente curso y envía

directamente al alumno al curso que viene.

La asignatura capacita a los alumnos en sus especificidades teniendo como objetivo también la práctica y perfeccionamiento de la lengua. Se trabajarán tanto los aspectos más avanzados de la morfología y sintaxis, como los de la semántica, adaptando el lenguaje a los diferentes formatos: escrito o audiovisual. Asimismo, en la función comunicativa se atiende especialmente el léxico como base del enriquecimiento de la lengua y su aplicación a los diferentes géneros y textos, y se siguen las normas de la RAE y de los libros de estilo. Se penalizarán las faltas de ortografía cometidas por los estudiantes en las diferentes actividades evaluativas.

Es fundamental que los estudiantes aprendan a expresarse con corrección y fluidez de forma oral o escrita, adaptándose a los diferentes registros, lo que incluye la capacidad de escribir textos claros y bien estructurados, de analizar diferentes tipos de discursos y de redactar exposiciones detalladas de temas complejos.

Por estos motivos, al menos el 10% de la nota final se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.

Tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria se aplicarán los mismos criterios en cuanto a corrección ortográfica y expresión oral. En el examen, cualquier falta quita 0,5 puntos, hasta un máximo de 3.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Examen general de la asignatura.	Mayo (el día del examen aparecerá en la web del CESAG)	Día del examen
Entrega y defensa oral de un proyecto de empresa informativa	Al finalizar la teoría	En mayo. Se fijará con la suficiente antelación

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Bibliografía básica

Artero, J. P. Pérez-Latre, F. y Sánchez-Tabernero, A. (2008). Industria de la Comunicación: clasificación de sectores y metodología de muestra. Universidad de Navarra.

Asociación para la investigación de medios de comunicación (2025): Marco general de los medios en España. 2024.

Disset (2024): 1ª Edición Baleares. Estudio Infoadex de la inversión publicitaria 2024. Quién, cuánto y dónde se invierte en publicidad en Baleares.

ElDiario.es (2023). El Estatuto de elDiario.es.

Hoskins, Colin y McFayden, Stuart (2004). Media economics: applying economics to new and traditional media. Thousand Oaks (California): Sage.

Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). Audiencias de los medios digitales en las Illes Balears.

Picard, R. G. (2002). The economics and financing of media companies (1.ª edición). Nueva York: Fordham University Press.

Picard, R. G. (2004). "Environmental and Market Changes Driving Strategic Planning in Media Firms". En R. G. Picard (ed.). *Strategic Responses to Media Market Changes*. Jonkoping: Jonkoping International Business School.

Vara Miguel, A. (2011). *El nuevo mercado de la comunicación*. Universitat Oberta de Catalunya.

Bibliografía Complementaria

Bibliografía complementaria

- Martínez García, M^a Ángeles y Gómez Aguilar, Antonio (2011). *El nuevo espectáculo televisivo. El reality como pieza clave del cambio*. Revista Comunicación, No9, Vol.1, año 2011, pp.107-119.
- Mayoral, J.; Parratt, S.; Morata, M. (2017). *Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica, en Historia y comunicación social* 24 (2), 395-409.
- Barranquero Carretero, A. y Sánchez Moncada, M. (2018). *Cooperativas de medios en España. Un periodismo emprendedor y ciudadano en tiempos de crisis*. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Segundo Cuatrimestre, No 128, pp. 36-58.
- Castelló-Martínez, A. (2014). *La agencia de medios en el nuevo escenario comunicativo*. Revista Mediterránea de Comunicación, vol. 5(2), 65-90. Disponible en <http://mediterranea-comunicacion.org/>.
- Zomeño, D. y Blay-Arráez, R. (2022). *Los departamentos de branded content de los principales medios españoles: estructura orgánica y funcional, perfiles profesionales y procesos de trabajo*. Doxa Comunicación, 34, pp. 221-243.
- Rodríguez Pallares, M. y Pérez Serrano, M. J. (2022). *Gestión y organización colaborativa de medios digitales en España. Estudio de casos de El Salto, CTXT y La Marea*. Doxa Comunicación, 35. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1572>.

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)