

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] 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, de 9 a 11, y miércoles, de 11 a 12.
Horario de tutorías	Miércoles de 12 a 13. Para otros horarios, también se pueden solicitar tutorías personales por email.
Descriptor	Estructura del Sistema de Medios lleva el nombre del módulo en el que se enmarca la asignatura; 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

Prerrequisitos

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 sobre diez. En los exámenes se podrá valorar el número de faltas en relación al número total de palabras escritas: se considerará suspenso el examen que supere las siete faltas por cada cien palabras escritas.

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.
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.)
------------	--

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	
Estructura de Medios	
Sistema Mediático	
Industrias Culturales	
Industrias Creativas	
Industrias del Entretenimiento	
Media Industry Studies	
Conceptos clave y definiciones	
Mercado	
Consumo	
Cadena de valor	
Modelos de negocio	
Industrias audiovisuales	
Industrias mediáticas	
Aproximaciones teóricas	
Media Economics	
Economía Política de la Comunicación	
2. Industrias mediáticas en transformación	

Aproximación tecnológica

- Tecnología mediática
- Innovación tecnológica

Estudios de caso:

- Música - digitalización
- Radiotelevisión - espectro radioeléctrico

Aproximación política

- *Media ownership*
- Control agenda
- Sistemas mediáticos
- Políticas mediáticas

Estudios de caso

- Políticas mediáticas - leyes y medios
- Plan de acción por la democracia, 2024

Aproximación histórica

- Era dorada de Hollywood
- Evolución de la industria del videojuego

Estudios de caso

- Videojuegos
- Disney

Aproximación económica

- Modelos de negocio
- Estrategias empresariales

Estudios de caso

- *Creator culture*, YouTubers e influencers

Aproximación sociocultural

- Globalización
- Fandom

Estudios de caso

- Autoedición editorial
- Netflix

3. Grupos de comunicación

Las industrias culturales

Convergencia, conglomeración, concentración

Estrategias en transformación

Los grupos de comunicación

- Gigantes globales
- Grandes grupos multimedia
- Grupos de referencia en Europa
- Grupos de referencia en España
- Grupos de referencia en Baleares

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Coordinación:

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 y estudio de casos.

Exposición de temario y trabajos:

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.

Campus Virtual y Teams:

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 para resolver cualquier duda que el alumnado tenga en relación a la asignatura y/o sus instrumentos de evaluación. Para concertar una tutoría, los alumnos deberán enviar un email con, al menos, un día de antelación.

Contacto por email:

El email del profesor no es un buzón abierto cualquier tipo de atención. Se ruega establecer contacto a través de email sólo en los siguientes casos:

1. Petición de tutoría.
2. Consulta relacionada con la asignatura, siempre y cuando la respuesta no esté disponible en el Campus Virtual.

Se agradecería, además del respeto a los códigos de buena conducta y al sentido común, que en el email se especifique de manera concisa y concreta el asunto a tratar, la identidad del alumno y el objetivo del mensaje.

Metodología Presencial: Actividades

<p>Clases teóricas:</p> <p>Exposición del temario. Desarrollo de los principales conceptos teóricos. Análisis de casos. Resolución de dudas.</p> <p>Clases prácticas:</p> <p>Ejercicios vinculados con el contenido teórico. <i>Role-play</i>. Debates.</p> <p>Seminarios, talleres y exposición de trabajos:</p> <p>Actividades centradas en el alumno.</p>	<p>CG04, CG07, CG08, CG13, CE01</p> <p>CG05, CT04, CT05, CT09, CE08</p>
---	---

Metodología No presencial: Actividades

<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de la teoría • Preparación de trabajos • Preparación de actividad de evaluación 	<p>CG05, CG13, CT04, CT09, CE08</p>
---	-------------------------------------

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
45.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

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 teórico parcial durante el cuatrimestre.	<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. 	15

	<ul style="list-style-type: none"> • En caso de suspender, se puede recuperar el contenido en el examen final de la asignatura. 	
<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>15</p>
<p>Proyecto de podcast o videopodcast:</p> <p>El objetivo de este ejercicio es crear un podcast profesional que se aproxime a algún sector o industria mediática. En grupos de tres alumnos se deberá elaborar un episodio piloto que hable sobre algún aspecto industrial y/o algún reto al que se enfrenta alguno de los sectores de la comunicación.</p> <p>Habrà un seguimiento del proceso, cuyo calendario se puede ver en el apartado "Plan de trabajo y cronograma".</p> <p>Importante: La delimitación del tema/objeto de estudio del podcast se deberá pactar con el profesor en tutoría durante las dos primeras semanas de clase. El incumplimiento de este paso implica que el alumno o alumna deberá entregar el trabajo en la convocatoria extraordinaria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En el Campus Virtual se especificarán las indicaciones formales para el proyecto. El incumplimiento de las pautas establecidas o de las fechas de entregas parciales será evaluado como suspenso. • La nota del trabajo se calcula a partir del proceso (40%) y la entrega final (60%). • Proceso (40%): Se tendrán en cuenta las entregas parciales, la aplicación de conceptos vistos en clase, la profundidad y coherencia de los contenidos, la búsqueda adecuada de información relevante y la inclusión de entrevistas u otras fuentes primarias. • Entrega final (60%): Se valorará la profundidad del contenido y su adecuación con los materiales de la asignatura, la profesionalidad del producto (corrección lingüística, aplicación de estándares profesionales, corrección lingüística...), los aspectos técnicos y estéticos y la formalidad en la entrega. • Se podrá hacer uso de IA en funciones de apoyo (estructuración del guión, corrección lingüística, resumen de textos, transcripción de entrevistas) o ayuda técnica (edición final, correcciones de imagen o sonido, creación de una cabecera y/o diseño para el podcast, locución...). • Trabajo recuperable 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 • Corrección lingüística 	<p>30</p>

<p>Pruebas vinculadas a lecturas obligatorias. Comentarios de texto. Debates en clase. <i>Role-play</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los ejercicios en clase no son recuperables. 	
<p>Participación e implicación en la clase:</p> <p>Se espera de cada estudiante una preparación adecuada antes de cada sesión y la capacidad de pensar críticamente las actividades y lecturas. Para ello, los alumnos habrán seguido las indicaciones del profesor en relación a los ejercicios a realizar o a las lecturas a preparar.</p> <p>También se valorará la 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.</p>	<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. • 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. 	<p>10</p>

Calificaciones

Mínimos para aprobar:

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

Expresión oral y escrita

Por acuerdo del departamento de comunicación, una parte de la nota final de cada acción de evaluación se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita. Las faltas ortográficas y/o gramaticales se penalizarán restando un punto por falta hasta un máximo de tres puntos. En los exámenes se podrá valorar el número de faltas en relación al número total de palabras escritas: se considerará suspenso el examen que supere las siete faltas por cada cien palabras escritas.

Fechas de entrega

Se aceptarán entregas tardías de ejercicios y trabajos, pero por cada día de retraso se descontará medio punto de la nota final.

Normativa y asistencia a clase:

Se aconseja a todos los alumnos y alumnas que revisen la normativa académica con especial atención al capítulo IV, dedicado a la evaluación.

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
Proyecto podcast o videopodcast: <ul style="list-style-type: none"> - Delimitación de la industria/sector a estudiar - Primera exploración/estado de la cuestión - Planificación de trabajo 	De la primera a la tercera semana	3 de octubre
Proyecto podcast o videopodcast: <ul style="list-style-type: none"> - Historia del sector/industria - Guión y estructura del proyecto - Búsqueda de información/entrevistas 	Entre la cuarta y la sexta semana	30 de octubre
Proyecto podcast o videopodcast: <ul style="list-style-type: none"> - Situación actual del sector/industria - Retos de futuro - Trabajo de campo - Grabación 	Entre la séptima y la décima semana	5 de diciembre
Proyecto podcast o videopodcast: <ul style="list-style-type: none"> - Edición final - Correcciones - Publicación del podcast 	Entre la undécima y la penúltima semana	22 de diciembre
Examen teórico parcial	Entre el 27 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.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Bengtsson, S. y Staffan Ericson, F. (2024). Classics in Media Theory. London: Routledge.

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.

McDonald, P. (2022). The Routledge Companion to Media Industries. London: Routledge.

(Además, artículos académicos que se pondrán a disposición del alumnado en el Campus Virtual o en copistería.)

Bibliografía Complementaria

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

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2022). Informe 2021. L'audiovisual a Catalunya. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Cunningham, S., Craig, D. (2021). Creator Culture. An introduction to global social media entertainment. New York: New York University Press.

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.

Shlosberg, J.R. (2017). Media ownership and agenda control. The hidden limits of the information age. New York: Routledge.

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/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>