

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Empresa de Comunicación Informativa
Código	E000005137
Título	<a href="#">Grado en Periodismo por la Universidad Pontificia Comillas</a>
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	Nuria Blanco
Horario de tutorías	Cita previa: nblanco@cesag.org.
Descriptor	Estudio de conceptos básicos empresariales, tipologías de sociedades, legislación básica y aspectos fundamentales de gestión de una empresa periodística (financiación, dirección, recursos humanos, etc.). Descripción del módulo en el que se ubica la materia / asignatura: 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.

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
Nombre	Nuria Blanco Hernández
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Despacho	Número 25 Tutorías: Lunes y martes durante el periodo lectivo de la asignatura de 14:00-16:00 horas (cita previa: nblanco@cesag.org).
Correo electrónico	nblanco@cesag.comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
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.

## Prerequisitos

No existen

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

<b>CG04</b>	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)
<b>CG05</b>	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación.
<b>CG07</b>	Conocer el mercado audiovisual y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes.
<b>CG08</b>	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.
<b>CG13</b>	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.

#### TRANSVERSALES

<b>CT05</b>	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.
<b>CT06</b>	Diseñar y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética.
<b>CT09</b>	Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político.
<b>CT11</b>	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

<b>CE02</b>	Conocer la estructura, el funcionamiento y las formas de gestión de las empresas de comunicación
<b>CE09</b>	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

<b>RA1</b>	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, etc.)
<b>RA2</b>	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.

<b>RA3</b>	Conocer la estructura y las políticas de la comunicación audiovisual.
<b>RA4</b>	Conocer el mercado audiovisual y las formas de promoción y explotación de los contenidos audiovisuales

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

#### Bloque Empresa de Comunicación Informativa (ECI)

1. Empresa de Comunicación Informativa. Introducción: La nueva configuración de la industria de noticias.
2. Concepto y naturaleza de la empresa informativa.
3. Oferta de las empresas informativas en España. Análisis y comparativas.
4. El mercado informativo en España. Revisión y comparativa ámbito anglosajón y principales ejemplos de ámbito europeo.
5. Modelos de negocio. Innovación y Nuevas Vías de Negocio en Periodismo.
6. Cooperativas de medios y agrupaciones de periodistas con finalidad laboral y comercial.
7. Emprendimiento en periodismo y comunicación. Conceptos y características básicas.
8. Cultura empresarial, reputación y concepto de marca.
9. Estructura y Organización de la Empresa Informativa.
10. Comercialización del producto informativo. Nueva vías para la divulgación de noticias y la rentabilidad del producto.

#### Emprendimiento ECI

1. Emprendimiento y espíritu emprendedor.
2. Formas Jurídicas de la empresa.
3. Idea de negocio. Modelo Canvas para ECI.
4. Trámites para crear una empresa.
5. Balance y cuentas de resultados.

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

#### Metodología Presencial: Actividades

Clases magistrales y material de apoyo	CG13, CT11, CT09, CE02, CE09, CG08, CG05, CG04, CT05, CG07, CT06
--	--

#### Metodología No presencial: Actividades

Lecturas, preparación de clases, preparación de exámenes, estudio	CG08, CG13, CG05, CT09, CT11, CE02, CG04, CT05, CE09, CG07, CT06
---	--

## 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

CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen general de la asignatura.	Adecuación de las respuestas a las preguntas. Dominio del lenguaje y vocabulario de la asignatura. Sintaxis y ortografía. Recuperable	50
Realización y exposición oral de un trabajo o proyecto ECI que se desarrollará durante el semestre de docencia. Las pautas de presentación y objetivos a cumplir, serán convenientemente explicados el primer día de clase.	No recuperable	40
Corrección gramatical oral y escrita. Al menos el <b>10% de la nota final se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita</b> 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.	No recuperable	10

## Calificaciones

Las calificaciones finales se subirán en el campus virtual del alumno.

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).

**IMPORTANTE:** 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.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Se informará en la presentación de la asignatura en clase.		

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

#### Bibliografía básica

- Arrese, Angel (Coord.) (2003). Empresa informativa y mercados de la comunicación, Eunsa. Pamplona.
- Caro González, Francisco Javier (2007). Gestión de empresas informativas, McGraw-Hill. Madrid.
- Doyle, Gillian (2002). Understanding Media Economics. Sage. Londres
- Galán Gamero, Javier (Coord.) (2017). Empresa informativa siglo XXI. Planificación estratégica. Editorial Síntesis. Madrid.
- Nieto, Alfonso e Iglesias, Francisco (2000). La Empresa informativa, Ariel. Barcelona, 2000.
- Picard, Robert (2005). Corporate Governance of Media Companies. Jönköping International Business School. Jönköping
- Población, José Ignacio y García Alonso, Pedro (1997) Organización y Gestión de la Empresa Informativa. CIE Inversiones Editoriales. Madrid.
- Richard Lipsey (1996). Introducción a la Economía Positiva. Editorial Vicens Vives. Barcelona.
- Sánchez-Taberner, Alfonso (2000). Dirección estratégica de empresas de comunicación, Cátedra. Madrid.

### Bibliografía Complementaria

#### Bibliografía complementaria

- Martínez García, M<sup>a</sup> 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*. REVERSCO. 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/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>