

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2018-2019 ASIGNATURA: Teoría de la Empresa Informativa
PROFESOR(ES): Dña. Carolina Díaz Espina
CURSO: 1 TPO: OB CÓDIGO: 019803591 CRÉDITOS ECTS: 6,0
PLAN DE ESTUDIOS: 2018 UNIVERSIDAD: CES Villanueva
FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación
TITULACIÓN: Grado en Periodismo
ÁREA DE CONOCIMIENTO: -
ÚLTIMA REVISIÓN: 28/11/2018 23:31:26

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

Proporcionar al alumno los conocimientos básicos sobre el **funcionamiento de las empresas informativas**, teniendo en cuenta e los contextos en los que operan, así como la **naturaleza singular y específica** de los productos y servicios que ofrecen. Todo ello sin perder de vista el **papel trascendental** que juegan los medios en las sociedades democráticas del s. XXI.

Prácticos

Contribuir a la **reflexión crítica** sobre las empresas de comunicación, mediante el estudio y profundización en sus estructuras organizativas, en sus procesos de gestión y toma de decisiones así como en sus fines empresariales y sociales.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

ESPECÍFICAS

- Formar comunicadores capaces de ejercer los distintos perfiles profesionales en el marco de la Empresa Informativa.
- Capacitar al alumno en técnicas de gestión, producción y recogida de la información en las empresas informativas.
- Capacitar al alumno para que conozca los conceptos y teorías más relevantes de las diferentes líneas de investigación sobre la Empresa Informativa.

GENERALES

- Capacitar al alumno para entender el sistema económico y el papel que las empresas juegan en él.
- Conocer la dimensión empresarial de la actividad periodística.
- Capacitar al alumno para conocer los aspectos teóricos relacionados con la economía y la empresa informativa.
- Entender la naturaleza económica de los bienes y servicios del sector.
- Acercar al alumno a los principales conceptos en la gestión empresarial.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

- Introducción
- Bienes de la comunicación como bienes económicos
- Fundamentos de la empresa
- El proceso de creación de una empresa
- Principales fuentes de información de la empresa

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

- MANUALES

NIETO, Alfonso e IGLESIAS, Francisco, La empresa informativa, Ed. Ariel.

VARA, Alfonso, Economía básica para comunicadores, Eunsa.

TALLÓN, Jesús, Lecciones de empresa informativa, Ediciones Ciencias Sociales.

SAGARDÍA, Gonzalo y DÍAZ-ESPINA, Carolina. Cómo crear tu negocio de revistas, Eunsa.

AGUADO, Guadalupe y GALÁN, Javier y FERNÁNDEZ BEAUMONT, José y GARCÍA, Luis Jose, Organización y gestión de la empresa informativa, Ed. Síntesis.

- ARTÍCULOS ACADÉMICOS

ARRESE, Ángel. "Algunas consideraciones sobre la gestión de productos y contenidos de los medios". Comunicación y sociedad. 2004, vol. XVII, núm.2, p.9-44.

- NOVELA/DIVULGACIÓN

GRAHAM, Katherine, Una historia personal. Sobre cómo alcance la cima del periodismo en un mundo de hombres. Ed. Libros del K.O

NAFRÍA, Ismael, La reinención del New York Times. Cómo la "dama gris" del periodismo se está adaptando (con éxtio) a la era móvil. Ed. Knight Center for Journalism in the Americas.

- FUENTES DE INTERNET

AIMC. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

AMI. Asociación de Medios de Información

Columbia Journalism Review

Digital News Report

IAB Spain. Asociación que representa al sector de la publicidad y la comunicación digital en España

INE. Instituto Nacional de Estadística

INFOADEX. Inversión Publicitaria

OJD. Inforamción y control de publicaciones

Knight Center

NUEVOS MEDIOS. Censo vivo de medios en castellano

PEW RESEARCH CENTER. Centro de investigación sobre tendencias globales (división medios)

SEMBRAMEDIA. Mapeo de medios, recursos, red de emprendedores periodísticos

STATISTA. "The portal for statistics"

- OTROS

Artículos periodísticos, reportajes y otras herramientas que complementen los contenidos teóricos.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

- Teoría aplicada.

- Charlas con profesionales para reforzar el enfoque práctico de la asignatura.
- Realización de debates.
- Análisis de casos reales de proyectos periodísticos.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN

- Examen: 50%
- Trabajo de estudio de caso: 35%
- Asistencia y participación: 15%

* Para aprobar la asignatura es necesario que el **examen esté aprobado con 5.0** y el trabajo hecho y presentado

* El Centro Universitario Villanueva cuenta con criterios específicos en materia de "Corrección en la expresión escrita", que se tendrán en cuenta en la evaluación y que a continuación se recogen:

Normas aplicables

- Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.
- La ortografía será juzgada en su totalidad –letras, tildes y signos de puntuación– y valorada dentro de la capacidad de expresión del alumno.
- Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:
 - Por cada falta de ortografía se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio.
 - Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.
 - Por la reiteración de errores de puntuación y faltas de acentuación se podrán deducir hasta dos puntos de la calificación del ejercicio, según la apreciación del corrector.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Apuntes
Correo interno de Villanueva
Documentación Impresa
Presentaciones Powerpoint
Vídeos