

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2017-2018 ASIGNATURA: Dirección y Gestión de las Empresas Periodísticas

PROFESOR(ES): D. Óscar Becerra García

CURSO: 4 TPO: OB CÓDIGO: 019803629 CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2017 UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Periodismo

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 03/11/2017 13:12:26

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

La comprensión básica por parte del futuro periodista de las claves de funcionamiento de las empresas de medios, desde el análisis de mercados hasta la fijación de modelos de negocio, pasando por las variables que influyen en la toma de decisiones de gestión cotidianas.

Prácticos

La asignatura pretende habilitar a los alumnos en el análisis de decisiones, la negociación, la presentación de proyectos, la gestión del talento y la comprensión básica de los estados financieros de una empresa, aportándoles una visión global del negocio indispensable para el ejercicio de la profesión periodística.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Específicas

1. Capacidad para ejercer las funciones directivas de la Empresa de medios.
2. Formación en técnicas de gestión propias de este tipo de empresas.
3. Aptitud para conocer y aplicar las más importantes y vanguardistas herramientas conceptuales y prácticas de las diferentes líneas de investigación sobre la Dirección de la Empresa de Medios.
4. Posibilidad de tener las bases necesarias para emprender e integrarse con éxito en un entorno laboral complejo como es el mercado de la comunicación.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

	Clase	Fecha	Tema	Caso Práctico
2017/2018 - 4º PERIODISMO	1	07/09/2017	Estructura clases, método de trabajo y evaluación	Introducción y evaluación
2	12/09/2017	Quo Vadis, Media?	Conferencia	Conferencia
3	14/09/2017	Un método para resolver problemas estructurados en una oficina en México	Caso 1: Total Online Content (TOC): las oficinas en México	

		empresa	D.F
4	19/09/2017	Entender una cuenta de resultados: análisis de ingresos y costes	Caso 2: ¿Invertirías en la empresa de tus sueños?
5	21/09/2017	Herramientas básicas para la gestión Entender un balance. Los conceptos de liquidez y solvencia de una empresa	Caso 3: Bocadillo de calamares.com
6	26/09/2017	Métricas clave de los medios y relación con los ingresos	Caso 4: Madrid Norte
7	28/09/2017	Analizar un segmento de mercado y una cartera de productos	Caso 5: José Luis Pedreira y el lanzamiento del año 2014
8	03/10/2017	Tutoría Tutoría: Plan de empresa. Constitución de grupos. Propuesta de ideas	
9	05/10/2017	Herramientas básicas para la gestión de medios Hacer un plan de marketing (producto, precio, distribución y promoción)	Caso 6: El lanzamiento del iPhone
10	10/10/2017	Técnicas de negociación	Caso 7: El Seat 1.500
11	12/10/2017	La gestión total de la calidad	Caso 8: Trabajar en el caos
12	17/10/2017	<i>Festivo</i>	
13	19/10/2017	La estructura legal de una empresa y las responsabilidades de los directivos	Caso 9: La Granja Española
14	24/10/2017	Herramientas básicas para la gestión de medios La gestión de las personas en los medios	Caso 10: La gestión de las personas en Google
17	02/11/2017	Desarrollar un plan de empresa	Caso 11: María Rincón y el Irving Independent
18	07/11/2017	Presentar un proyecto de forma eficaz	Dinámica en clase
19	09/11/2017	<i>Festivo</i>	
20	14/11/2017	Herramientas básicas para la gestión de medios Gestión de proyectos	
21	16/11/2017	B2C ("business to consumer"): cuando el consumidor paga	
22	21/11/2017	Modelos de negocio B2B ("business to business"): cuando la publicidad paga	
23	23/11/2017	Los modelos mixtos: B2B2C	
24	28/11/2017	Tutoría	

25	30/11/2017	Desarrollo de negocio	Branded Content y diversificación de negocio
26	05/12/2017		Gestión internacional de medios
27	07/12/2017		<i>Festivo</i>
28	12/12/2017	Conclusiones del curso	Aprender de los maestros: del vizconde de Northcliffe a Mark Zuckerberg Conferencia
29	14/12/2017	Planes de empresa	Presentación planes de empresa

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Tratados generales sobre gestión de empresas de medios

Aris, Annet y Bughin, Jacques (2012). *Managing Media Companies: Harnessing Creative Value*. 2nd Edition. Chichester. Wiley.

Este es el libro más actualizado sobre gestión de empresas periodísticas que conozco, dado que integra ya la disrupción que han provocado las nuevas tecnologías digitales sobre los medios. Está elaborado por dos socios directores de McKinsey especializados en economía de los medios de comunicación que, además, son profesores en la prestigiosa escuela de negocios INSEAD en Fontainebleau. Quizá sea más adecuado para profesionales con experiencia en medios, pero está escrito en un lenguaje asequible para cualquier estudiante.

Bernd W. Wirtz (2017). *Media Management*. Kindle Edition. Speyer. German University of Administrative Sciences Speyer.

Es un libro muy bien estructurado y extensivo sobre gestión de medios. Incluye teoría, datos actualizados y casos prácticos. Muy recomendable para los estudiantes que quieran profundizar en la asignatura.

Tratados no actualizados de interés limitado

Nieto, Alfonso e Iglesias, Francisco (2000). *La empresa informativa*. 3ª Edición. Barcelona. Ariel.

Es un magnífico trabajo de dos prestigiosos profesores de la Universidad de Navarra. Tiene interés para quien quiera entrar en esencias de la empresa y del derecho de la información, y es curioso en la medida en la que se refiere a un mundo que ya no existe. Para eruditos o doctorandos en gestión de empresas periodísticas.

Sobre gestión creativa de medios y gestión de equipos

Caño, Juan- (1999). *Revistas: una historia de amor y un decálogo*. 1ª Edición. Madrid: Eresma y Celeste Ediciones.

Muy divertido y fácil de leer. Es el testamento de mi maestro y mentor, Juan Caño. Muy recomendable para apasionados de las revistas.

Sobre marketing de medios

Montero, Fernando (2005). *Marketing de periódicos y revistas*. 1ª Edición. Madrid. Pirámide

Un texto no muy actualizado, pero exhaustivo sobre marketing de medios (planes de lanzamiento, precios, estrategias promocionales...) Para los que queráis aprender más sobre gestión de marketing.

Sobre contabilidad y finanzas

Aguirrezamaltoa, J. y Larios, P. *Finanzas de Empresa*. Publicado por los autores. Madrid. 2014

Una guía extraordinaria por su simpleza para entender las finanzas básicas de la gestión de empresas. Muy recomendable.

Pereira, Fernando; Ballarín, Eduard; Rosanas, Josep María y Muñoz Grandes, María Jesús (2011). *Contabilidad para Dirección*. Eunsa. Pamplona, 2011.

Una guía excelente y asequible para tener una visión global de la contabilidad. También muy recomendable.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La asignatura se fundamenta, para su aprovechamiento por el alumno, en tres elementos:

- 1. Trabajo preparatorio.** Previamente a cada clase, cada alumno deberá leer la documentación indicada o aportada por el profesor y realizar los ejercicios prácticos indicados
- 2. Puesta en común en clase y explicaciones teóricas del profesor.** El profesor dirigirá la puesta en común entre los alumnos del trabajo realizado previamente a la clase y aportará explicaciones teóricas adicionales.
- 3. Trabajo en grupo sobre un plan de empresa.** Durante el curso, los alumnos se organizarán libremente en grupos de 3-4, que trabajarán sobre un plan de una empresa de medios en la que aplicarán los conocimientos adquiridos durante el curso y que presentarán en las dos últimas sesiones ante el resto de la clase.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

- Preparación de las clases y participación activa de la puesta en común (50%)
- Plan de empresa realizado en grupo (30%)
- Examen teórico (20%)

Examen extraordinario:

Consistirá en un ejercicio teórico y un ejercicio práctico seleccionado entre los realizados en clase durante el curso.

El resultado, que computará por el 70% de la asignatura, se sumará al obtenido en el Plan de Empresa, que computa por un 30% de la asignatura.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Internet
Presentaciones Powerpoint
Documentación Impresa
Vídeos
Web de la asignatura en Villanueva
Correo interno de Villanueva