



I. DATOS GENERALES

MATERIA:	LA EMPRESA INFORMATIVA Y SU RELACIÓN CON LOS SISTEMAS POLÍTICOS		
Código:	803630		
Titulación:	0851 - GRADO EN PERIODISMO (2010-11)		
Tipo:	Optativa		
Curso y grupos:	PRIMERO	Periodo lectivo:	I y II Cuatrimestre
Créditos:	6 ECTS	Teóricos / prácticos:	-

II. ESTRUCTURA

MÓDULO	MATERIA
PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA	EMPRESAS PERIODÍSTICAS

III. GRUPOS

CLASES TEÓRICAS Y/O PRÁCTICAS				
GRUPO	PERIODO	HORARIOS	AULA	PROFESOR
1º A	09/09/2019 – 13/12/2019	L. 14-16	542	JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ CÓRDOBA
		M. 14-16		
1º B	09/09/2019 – 13/12/2019	X. 13-15	530	MARÍA JOSÉ PÉREZ SERRANO
		J. 13-15		
1º C	20/01/2020 – 01/05/2020	L. 14-16	542	JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ CÓRDOBA
		M. 14-16		

IV. SINOPSIS

4.1. COMPETENCIAS

Específicas

1. Diferenciar los fines, los sujetos y las situaciones específicas que se producen en las empresas informativas.
2. Distinguir los sistemas políticos y sus clasificaciones.
3. Comprender la función de la empresa informativa, la de sus organizaciones relacionadas y las de los demás entes colectivos formales comprometidos con sus fines informativos.
4. Conocer la responsabilidad social que afecta a la empresa informativa frente a los ciudadanos, su límite y su control.

4.2. ACTIVIDADES DOCENTES

Breve descriptor:



Fundamentos teóricos básicos de la Empresa Informativa en su relación con los sistemas políticos.

Objetivos

1. Conocer la empresa como realidad social.
2. Analizar las empresas informativas como organizaciones socioeconómicas.
3. Señalar matices que las diferencien del resto de unidades económicas existentes en el mercado.
4. Conocer los grandes grupos multimedia y la situación de las empresas informativas en los distintos sistemas políticos.

Contenido

A. PROGRAMA

Tema 1. Características del sistema de medios internacional, supranacional y nacional

El mundo del siglo XXI. El mercado de la información. Los orígenes y el desarrollo de la empresa. La relación entre las empresas y los estados.

Tema 2. El poder en el sistema de medios: libertad, poder político, RSC y poder de informar

Concepto de sistema político. La libertad de informar. La lucha de poderes. El poder de informar.

Tema 3. Restricciones en el mercado de la información y su influencia en el ciudadano

El proceso de concentración de medios. Estado del sector de la comunicación.

Tema 4. Relación de los *holdings* mediáticos con los sistemas políticos: legislación y consecuencias.

El cambio mundial del nuevo paradigma social. Principales organizaciones relacionadas con el mercado de la información. Las ONGs y su relación con la información.

Tema 5. Estrategias de los grupos de comunicación en España

Tema 6. Internet y empresas de medios digitales: un vasto campo de cambios

Impacto de la red en el sector, la industria y las empresas de medios.

Evaluación

Obtención de la nota final global

El alumno será calificado con el sistema de evaluación continua regido por los siguientes parámetros:

- Examen: prueba de carácter teórico.



- Prácticas: compuestas por trabajos individuales y grupales. Las prácticas, para ser evaluadas, siempre tendrán que ser entregadas en el plazo y forma establecidos por el profesor.
- Asistencia, tutorías y participación.

Esta distribución de calificaciones se aplicará en las convocatorias ordinaria y extraordinaria.

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

Básica

- MARTÍNEZ VALLVEY, F.; NÚÑEZ FERNÁNDEZ, V. (coord.) (2016): *La comunicación y su estructura en la Era Digital*, Madrid: CEF.
- FARIAS GARCÍA, P.; FARIAS BATLLE, P. (1994): *La libertad de Empresa Informativa*, Madrid: Complutense.

Lectura obligatoria

- AGUER HORTAL, M.; PÉREZ GOROSTEGUI, E. (1991): *Curso Teórico-Práctico de Economía de la Empresa*, Barcelona: Hispano-Europea.
- CARO FRANCISCO J. (2006): *Gestión de Empresas Informativas*, Madrid: MacGraw-Hill.
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (1974): *Introducción a la Economía de la Empresa*, Madrid: UNED.
- IGLESIAS, F.; VERDEJA, S. (2000): *Marketing y Gestión de Periódicos*, Pamplona: EUNSA.
- NIETO, A. (1973): *La empresa periodística en España*, Pamplona: EUNSA.
- TALLON GARCÍA, J. (1988): *Curso de Empresa Informativa*, Madrid: Autoed.

Lectura recomendada

- BUENO CAMPOS, E. *et al.* (1974): *Economía de la Empresa*, Madrid: Pirámide.
- BENITO, A. (1982): *La socialización del poder de informar*, Madrid: Pirámide.
- BENITO, A. (1995): *La invención de la actualidad. Técnicas, usos y abusos de la Información*, Madrid: F.C.E..
- EDO, C. (1994): *La crisis de la Prensa diaria*, Barcelona: Ariel.
- LAVINE, J.H.; WACKMAN, D.B. (1992): *Gestión de Empresas Informativas*, Madrid: Rialp.
- NIETO, A.; IGLESIAS, F. (2000): *La Empresa Informativa*, Barcelona: Ariel..
- NIETO, A.; MORA, J.M. (1989): *Concentración informativa en España: Prensa Diaria*. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- NIETO, A. (1977): "Cláusula de conciencia, principios editoriales y empresario de la información", *Persona y Derecho (Revista de Fundamentación de las Instituciones Jurídicas)*, vol. IV, pp. 129-245.
- NÚÑEZ FERNÁNDEZ, V.; PEINADO MIGUEL, F.; PÉREZ SERRANO, M.J. (2015): *La Empresa Informativa en la Era Digital*, Madrid: CEF.
- POBLACIÓN BERNARDO, J.I.; GARCÍA-ALONSO, P. (1997): *Organización y Gestión de la Empresa Informativa*, Madrid: CIE Dossat.
- ROMERO, A. (1987): *Teoría General de la Información y de la Comunicación*, Madrid: Pirámide.
- ROMERO, A. (1990): *Libertad de opinión y de expresión*, Baar (Suiza): Consejo Asesor de UCIP.
- TALLÓN GARCÍA, J. (1981): *Empresa y empresario de la Información*, Madrid: Dossat.



Otra

GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. (2016): *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*, Barcelona: UOC.

—

Actualizado a día 2 de julio de 2019