



I. DATOS GENERALES

MATERIA:	TEORÍA DE LA EMPRESA INFORMATIVA		
Código:	803591		
Titulación:	0851 - GRADO EN PERIODISMO (2010-11)		
Tipo:	Obligatoria		
Curso y grupos:	PRIMERO	Curso y grupos:	PRIMERO
Créditos:	6 ECTS	Créditos:	6 ECTS

II. ESTRUCTURA

MÓDULO	MATERIA
No existen datos de módulos o materias para esta asignatura	

III. GRUPOS

CLASES TEÓRICAS Y/O PRÁCTICAS				
GRUPO	PERIODO	HORARIOS	AULA	PROFESOR
1º A	20/01/2020 – 01/05/2020	X. 9-11	508	MANUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ SANDE
		J. 9-11		
1º B	20/01/2020 – 01/05/2020	X. 11-13	532	MANUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ SANDE
		J. 11-13		
1º C	09/09/2019 – 13/12/2019	X. 9-11	536	MIRIAM RODRÍGUEZ PALLARES
		J. 9-11		
1º D	09/09/2019 – 13/12/2019	X. 11-13	537	DOLORES RODRÍGUEZ BARBA
		J. 11-13		
1º E	20/01/2020 – 01/05/2020	X. 16-18	508	DOLORES RODRÍGUEZ BARBA
		J. 16-18		
1º F	20/01/2020 – 01/05/2020	X. 18-20	532	DOLORES RODRÍGUEZ BARBA
		J. 18-20		
1º G	09/09/2019 – 13/12/2019	X. 16-18	536	MARÍA JOSÉ PÉREZ SERRANO
		J. 16-18		
1º H	09/09/2019 – 13/12/2019	X. 18-20	410	MARÍA JOSÉ PÉREZ SERRANO
		J. 18-20		



IV. SINOPSIS

4.1. COMPETENCIAS

Específicas

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

4.2. ACTIVIDADES DOCENTES

Breve descriptor:

Fundamentos teóricos básicos sobre organización y gestión de la Empresa Informativa

Objetivos

1. Conocimientos del funcionamiento del mercado de la información.
2. Adquisición de los contenidos básicos para el ejercicio profesional del alumno en la Empresa Informativa.
3. Alcanzar una formación superior y específica sobre el ámbito social de la Información.
4. Conocer las principales funciones que desarrollan las empresas informativas.
5. Potenciar el análisis y la reflexión crítica en el estudiante sobre la realidad de las empresas y los medios de comunicación.

Contenido

A. PROGRAMA

Tema 1. El mercado de la Comunicación

Elementos básicos constitutivos de la Empresa de Comunicación Este tema permitirá que los estudiantes tomen conciencia de la dimensión económica del mercado de la comunicación, sus actores principales, así como su estructura y principales empresas. En este tema se aportarán unas nociones básicas sobre los grupos de comunicación en España y en el mundo.

Tema 2. Principios generales de la Empresa Informativa

Se pretende que los estudiantes se introduzcan en el concepto y la actividad de la Empresa Informativa. Se analizarán los principales aspectos diferenciales de este tipo de empresas, los diferentes elementos que las integran desde una perspectiva holística, así como las diferentes áreas funcionales necesarias para su funcionamiento.

Tema 3. El empresario individual y el empresario social

Los estudiantes deberán identificar y diferenciar al final de este tema, las características y requisitos fundamentales para constituirse como empresario individual o como empresario social, ya sea en sociedades civiles, mercantiles o cooperativas. Además,



adquirirán las competencias suficientes como para formar opinión crítica sobre la forma jurídica más conveniente dependiendo de la actividad empresarial que se piense desarrollar.

Tema 4. La organización de la Empresa Informativa

Los estudiantes se acercarán en este tema a las diferentes teorías de la división del trabajo y de las estructuras organizativas y profundizarán en los modelos más actuales que se pueden ver aplicados de forma práctica en algunas de las principales empresas de comunicación españolas. Una vez situados ante los diferentes modelos organizativos, avanzarán hacia la introducción a la gestión de recursos humanos, con especial incidencia en la discusión sobre buenas prácticas aplicadas al sector de la comunicación.

Tema 5. Gestión de la Empresa Informativa

Aproximación a la función financiera de la empresa informativa. Se indagará sobre las cuestiones básicas de la gestión económica empresarial y se analizarán los principales documentos que ofrecen información para conocer la situación económica de las empresas.

Tema 6. Tendencias de la Empresa Informativa en la economía digital: medios impresos, radio, televisión, agencias de información y de comunicación

La innovación de la que se puede hablar en el sector de la comunicación no sólo tiene que ver con los productos, sino también con la generación de nuevas estructuras, nuevas organizaciones, nuevas formas de “hacer” o formas de “conseguir hacer”, adaptándose a los diferentes entornos. Teniendo en cuenta esta máxima, en este tema se abordarán los rasgos idiosincrásicos de las diferentes tipologías de empresas informativas a raíz de los cambios motivados por la última crisis financiera y la irrupción de la llamada economía digital.

Evaluación

Obtención de la nota final global

Examen teórico:	40 %	4 puntos
Prácticas:	40 %	4 puntos
Tutorías:	10 %	1 punto
Otras actividades:	10 %	1 punto
TOTAL	100 %	10 puntos

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- AGUADO, G.; GALÁN, J.; FERNÁNDEZ-BEAUMONT, J.; GARCÍA, L.J. (2008): *Organización y gestión de la Empresa Informativa*. Madrid: Síntesis.
- CARO GONZÁLEZ, F.J. (2006): *Gestión de Empresas Informativas*, Madrid: McGraw-Hill.
- DE MATEO PÉREZ, R.; BERGÉS SAURA, L.; SABATER CASALS, M. (2009): *Gestión de empresas de comunicación*, Sevilla: Comunicación Social.
- GALLEGO PÉREZ, J.I.; GARCÍA LEIVA, M.T. (coords.) (2012): *Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*, Madrid: Instituto Radiotelevisión Española.
- LAVINE, J.M.; WACKMAN, D.B. (1992): *Gestión de empresas informativas*, Madrid: Rialp.



- MARTÍNEZ VALLVEY, F.; NÚÑEZ FERNÁNDEZ, V. (coord.): *La comunicación y su estructura en la Era Digital*, Madrid: CEF.
- MEDINA, M. (2005): *Estructura y Gestión de Empresas Audiovisuales*, Pamplona: EUNSA.
- NIETO, A.; IGLESIAS, F. (2000): *La Empresa Informativa*, Barcelona: Ariel.
- NÚÑEZ FERNÁNDEZ, V.; PEINADO MIGUEL, F.; PÉREZ SERRANO, M.J. (2015): *La Empresa Informativa en la Era Digital*, Madrid: CEF.
- ORTIZ SOBRINO, M.Á. (2010): “El nuevo marco de financiación para la radiotelevisión pública estatal”, *Comunicación y Hombre*, 6, pp. 257- 271.
- POBLACIÓN, I.; GARCÍA-ALONSO, P. (1997): *Organización y Gestión de la Empresa Informativa*, Madrid: Dossat.
- SÁNCHEZ TABERNERO, A. (2000): *Dirección Estratégica de Empresas de Comunicación*, Madrid: Cátedra.
- TALLÓN, J. (1992): *Lecciones de Empresa Informativa*, Madrid: Ciencias Sociales.

Referencias hemerográficas y electrónicas

- *Anuario APM*
- *Anuario DIRCOM*
- *Anuncios*
- *Informe Anual de la Profesión Periodística (APM)*
- *Intermedios de la Comunicación*
- *Noticias de la Comunicación*
- www.aimc.es
- www.cis.es
- www.comscore.com
- www.ine.es
- www.infoadex.es
- www.introl.es
- <http://www.kantarmedia.com/es>

Actualizado a día 6 de septiembre de 2019