

Curso Académico: (2021 / 2022)

Fecha de revisión: 04-06-2021

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: AGUADO GUADALUPE, MARIA GUADALUPE DE LA CRUZ

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 6.0

Curso : 3 Cuatrimestre : 2

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Asignaturas obligatorias de primero y segundo curso del Grado de Periodismo

OBJETIVOS

Se adquieren las bases teóricas y prácticas para conocer la realidad de las empresas informativas en relación con los conceptos y prácticas en organización, gestión, producción y comercialización de los productos informativos. Aprende los elementos necesarios para dirigir, gestionar e incluso crear una empresa informativa. Deberá poder aplicar a las empresas informativas los conocimientos adquiridos en la asignatura.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Además del marco conceptual se deberá adquirir y contrastar conocimientos sobre la evolución y desarrollo de las empresas informativas, su organización, los principios de gestión, el mercado informativo, los productos informativos y su comercialización, ingresos y gastos y dirección estratégica de las empresas informativas.

El programa se compone de las siguientes unidades didácticas:

1. Concepto y fundamentación de la empresa informativa

Concepto de empresa informativa

Actividad, objeto y finalidad

Principios configuradores

Fundamentación económica

Fundamentación jurídica

Derechos y obligaciones del empresario

Formulación de la empresa informativa

Transformación digital de la empresa informativa

2. Planificación estratégica. Principios básicos y etapas

Principios de la planificación

Idea empresarial

Misión y visión

Análisis del mercado

Desarrollo de producto, fijación de precios, distribución y comunicación

Fijación de objetivos

Desarrollo de estrategias

Plan de acción. Recursos necesarios

Análisis de viabilidad

3. El modelo Canvas

¿Qué es el modelo Canvas?

Aspectos a considerar en elaboración del Canvas

4. Recursos de la empresa informativa

Recursos humanos

Recursos económicos y materiales

Sistemas de financiación

Ingresos y gastos

5. Organización informativa y Estado
Estado y libertad de empresa informativa
Ayudas a los medios de comunicación
Publicidad institucional
6. Marco regulador europeo de las empresas informativas
Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual
Regulación de contenidos
Regulación de espacios y tiempos publicitarios
Regulación de plataformas de intercambio de vídeo
7. Marco regulador de las empresas informativas en España
Ley General Audiovisual
Difusión de contenidos comerciales
Adjudicación de licencias
Medidas para evitar la concentración y fomentar el pluralismo
Sanciones
8. Controles de distribución, difusión y audiencia
Terminología básica
Entidades de medición
Sistemas de medición
Interpretación de datos
9. El producto informativo y su comercialización
Características del producto informativo
Calidad del producto informativo
Perspectiva de mercado
10. Fijación de precios del producto informativo
Fijación de precios de venta al público
Fijación de precios publicitarios
11. Distribución y promoción del producto informativo
Características de una buena distribución
Costes de distribución
Promociones de venta y promociones de publicidad
12. El mercado publicitario
Relaciones medio-agencia-anunciantes
El contrato de difusión: derechos y obligaciones
Sistemas de contratación en el entorno digital
Compra programática y subastas en tiempo real
13. Modelos de negocio en el entorno digital
Modelo de registro
Modelos de muros de pago
Crowdfunding y membresía
Indicadores: captación, conversión, fidelización y tasa de abandono
14. Tendencias del mercado informativo
Tendencias de consumo
Tendencias de comercialización
Tendencias de inversión

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

El plan de trabajo se encamina a combinar los conocimientos teóricos (3ECTS) con la realización de prácticas (3ECTS).

Dentro del desarrollo de las clases teóricas se explicarán los contenidos básicos de la asignatura y las claves para que los estudiantes puedan desarrollar con eficacia la parte de trabajo personal. La parte de trabajo personal consistirá en el estudio de los contenidos de las exposiciones de clase, así como de las lecturas recomendadas.

Se realizará un proyecto de planificación estratégica en el que se trabajará a lo largo del curso y que será tutorizado por el profesor y cuatro prácticas relacionadas con el mercado informativo.

Durante el curso se realizarán tutorías individualizadas todas las semanas para atender dudas. Se publicará en Aula Global el horario de tutoría.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

De todos los contenidos teóricos se realizará una prueba final que tendrá un valor del 50% sobre la nota final. EL proyecto de planificación estratégica tendrá un valor del 25% sobre la nota final que obtenga el alumno. Las prácticas relacionadas con el mercado informativo tendrán un valor del 25% sobre la nota final. La ortografía, tanto en las prácticas como en el examen, será tenida en cuenta para la evaluación. Para superar la asignatura, y proceder al sumatorio de la nota de evaluación continua a la nota del examen, es obligatorio sacar en el examen final al menos un 4 sobre 10. Si se obtiene una calificación inferior a 4 sobre 10 en el examen final la asignatura tendrá una calificación de suspenso.

Peso porcentual del Examen Final:	50
Peso porcentual del resto de la evaluación:	50

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Galán Gamero, J.; Aguado Guadalupe, G. Periodismo emprendedor. Planificación y desarrollo de empresas informativas, MacGraw-Hill, 2014
- Galán Gamero, J.; Aguado Guadalupe, G.; Caro González, F.J.; Manfredi Sánchez, J. L. Empresa Informativa XXI. Planificación estratégica, Síntesis, 2017
- José Cerezo Los medios ante los modelos de suscripción, UOC, 2019
- José Cerezo Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio, UOC, 2018
- Nieto, A.; Iglesias, F. La empresa informativa, Ariel Comunicación, 2000
- Nieto, A.; Iglesias, F. La empresa informativa, Ariel Comunicación, 2000
- Picard, R. La creación de valor y el futuro de las empresas informativas. , Media XXI, 2012

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Aguado, G. OJD y el control de la difusión de prensa en España, Ariel, 1996
- Anderson C.V., Bell, E. Shirky, C. Post-Industrial Journalism: Adapting to the present, Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School.
- Busquete, J.; Alarcón G.; Álvarez de Lara, J. m. y Bátiz, A. El futuro de los medios audiovisuales en España, Esade, 2012
- Campos Freire, F. Nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas, Estudios sobre el mensaje periodístico, vol. 16, 2010
- Casero Ripollés, A. Prensa en Internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia. , El Profesional de la Información 19 (6), 2010
- Drucker, P.F. Management, Task, Responsibilities, Practices, Harper&Row, 1974
- Garitaonandia, C. y Sánchez-Tabernero, A. Las empresas informativas en la Europa sin Fronteras, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009
- Kotler, Ph. Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control , Pearson Educación, 2001 (octava edición)
- Kotler, Ph. Marketing Management Analysis. Planning and Control, Prentice-Hall, 1984
- Kotler, Ph. y Armstrong, G. Fundamentos de la mercadotecnia, Prentice Hall, 1998
- Orihuela, A. Aprender a emprender. 80 claves sobre el futuro del periodismo, Anaya, 2012
- Osterwalder, A; Pigneur, Y. Generación de modelos de negocio, Deusto Ediciones, 2011
- Picard, R.G. Mapping Digital Media: Digitization and Media Business Models, <http://www.opensocietyfoundations.org/reports/digitization-media-business-models>, 2011
- Picard, R.G. Corporate Governance of Media Companies, Jönköping International Business School, 2005
- Ramonet, I. La explosión del periodismo, Clave Intelectual, 2011
- Sánchez Tabernero, A. Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia, Deusto/Planeta de Agostini, 2008
- Sánchez-Tabernero, A. Dirección estratégica de empresas de comunicación, Cátedra, 2000

