

CALENDARIO DE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN CONTINUA COMUNES A TODOS LOS GRUPOS DE LA ASIGNATURA
CALENDAR OF CONTINUOUS ASSESSMENT ACTIVITIES COMMON TO ALL GROUPS OF THE COURSE

ASIGNATURA - **COURSE**: Estructura del Sistema de Medios

ESTUDIO - **PROGRAMME**:

SEMANA - WEEK	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN CONTINUA - CONTINUOUS ASSESSMENT ACTIVITIES
<p><i>Indicar la semana lectiva en la que tendrá lugar la prueba o actividad de evaluación continua y describir en la columna siguiente</i> <i>Indicate the teaching week in which the continuous assessment activities will take place and describe in the following column</i></p>	
Semana 1	Práctica sobre los diarios digitales en España. Estudio de caso de un diario por parte de cada grupo, de acuerdo con una serie de parámetros: año de creación, nº usuarios únicos, nº de suscriptores digitales, Tecnología empleada; desglose por secciones, etc.
Semana 2	Práctica sobre los diarios digitales españoles y análisis de calidad de los mismos con un estudio de caso por grupo.
Semana 3	Análisis de las plataformas de VoD en España: Movistar+, Flick Olé, Filmin, Netflix, HBO, Disney + y Amazon Prime Video.
Semana 4	Estudio de Netflix en sus aspectos de tecnología, producción y empresa modelo, utilizada como benchmark por otras empresas competidoras. Transformaciones en los imperios mediáticos mundiales con sus nuevos contenidos.
Semana 5	Comparativa entre Comcast y Telefónica: Estudio de como dos empresas de telecomunicaciones se han acabado convirtiendo en TV companies, y las diferencias que separan ambas compañías.
Semana 6:	Estudio del escándalo y desaparición del tabloide británico "News of the World" como malas practices del periodismo y sus consecuencias sobre el futuro de SKY en Gran Bretaña y de NEWS CORP.
Semana 7	Realización del primer parcial de la asignatura: <i>La estructura mediática Española y análisis de sus principales grupos de comunicación</i> (Telefónica, Mediapro, Prisa, Atresmedia, Mediaset España, Vocento, Unidad Editorial, EPI y otros grupos regionales (Promecal, Joly, La Voz de Galicia...))

Semana 8	Análisis del modelo televisivo de Fox News, propiedad de Rupert Murdoch. El future de los canales de noticias y de los grands canales de pago en la era del “cord cutting”.
Semana 9	Estudio de caso de RTVE y de las políticas de “interés general”. Las consecuencias de la nueva ley de financiación de RTVE del año 2009 para la programación y las audiencias televisivas.
Semana 10	El duopolio televisivo en España: Atresmedia y Mediaset España. Orígenes de la formación del duopolio. La ordenación del sistema audiovisual español tras la llegada de la TDT y la creación de Cuatro y La Sexta. Estudio de los procesos de concentración audiovisual desarrollados entre los años 2009 y 2012 y cómo pudieron afectar al necesario pluralism de los media.
Semana 11	Segunda parte del análisis del duopolio televisivo en España: evolución de las audiencias de Telecinco y Antena 3 entre 2009 y 2015, y de las plataformas Atresmedia y Mediaset entre 2012 y 2020. Análisis de la evolución del mercado publicitario televisivo entre la creación del duopolio y el año 2020, y sus consecuencias.
Semana 12	Estudio de la evolución de la figura del “Defensor del lector” en los diarios de referencia, fundamentalmente en el <i>diario El País</i> . Análisis de los textos enviados al Defensor y de las respuestas del Defensor y de su cumplimiento por <i>la Dirección del diario</i> . <i>Propuestas para la creación de esta figura en el entorno digital y la manera de interactuar entre un pure player y sus lectores y/o suscriptores.</i>
Semana 13	Realización del Segundo parcial de la asignatura: <i>La estructura mediática mundial y sus principales actores: los GAFAM (Amazon, Apple, Google, Facebook y Microsoft); los grupos clásicos de comunicación (Disney y Viacom); las empresas de telecomunicaciones reconvertidas a TV companies (AT&T y TW), las cableras (Comcast) y Sony.</i>

Comentado [JV2R1]: