

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 1	Tema 1. Introducción a la empresa 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. El concepto de empresa 1.3. Los fundamentos de la empresa 1.4. La doble dimensión de la información en la empresa 1.5. El empresario 1.6. El empresario y la información 1.7. Tipología de empresas		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 cada una) Test Tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 2	Tema 2. La empresa de comunicación 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Perspectiva histórica de la información comercial 2.3. La información como bien económico 2.4. La industria de la comunicación 2.5. Hacia el sector Inf+Com			Lectura: "Una jornada particular" (0,6 puntos)
Semana 3	Tema 2. La empresa de comunicación (continuación) 2.6. La empresa de comunicación 2.7. Elementos de la empresa de comunicación 2.8. El equilibrio entre el derecho de la información y la libertad de empresa		Foro de debate: La estructura de los medios (0,35 puntos) Test Tema 2 (0,1 puntos)	
Semana 4	Tema 3. Elementos de la empresa de comunicación 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Misión de la empresa de comunicación 3.3. Los principios configuradores 3.4. Características			
Semana 5	Tema 3. Elementos de la empresa de comunicación (continuación) 3.5. Finalidades: la orientación informativa 3.6. Finalidades: la orientación comercial 3.7. El producto y servicio informativo 3.8. El debate sobre la calidad		Test Tema 3 (0,1 puntos)	Lectura: La marca y la imagen de una empresa (0,7 puntos)
Semana 6	Tema 4. Entorno y organización de la empresa de comunicación 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. El entorno 4.3. La concentración informativa 4.4. La disrupción tecnológica 4.5. La función del Estado			
Semana 7	Tema 4. Entorno y organización de la empresa de comunicación (continuación) 4.6. Bases de la organización empresarial 4.7. La organización interna 4.8. La función directiva		Test Tema 4 (0,1 puntos)	
Semana 8	Tema 5. La empresa radiofónica 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. El producto radiofónico 5.3. Los ingresos 5.4. Los gastos 5.5. El nuevo ordenamiento legal	Trabajo: La radio tradicional aprende a navegar por Internet (0,7 puntos)	Test Tema 5 (0,1 puntos)	

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 9	Tema 6. La empresa de televisión 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. La especificidad de la empresa de televisión 6.3. El valor de los contenidos 6.4. Los ingresos 6.5. Los gastos 6.6. La televisión que viene	Trabajo: Pantalla sobre pantalla (0,6 puntos)	Test Tema 6 (0,1 puntos)	
Semana 10	Tema 7. La empresa de prensa 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Naturaleza del producto periodístico 7.3. Los ingresos por ventas 7.4. Los ingresos por publicidad 7.5. Los gastos 7.6. Cambios estructurales en la empresa periodística		Test Tema 7 (0,1 puntos)	Lectura: Periodismo y democracia (0,7 puntos)
Semana 11	Tema 8. La empresa de publicidad 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Naturaleza de la publicidad 8.3. Las actividades publicitarias 8.4. Estructura de explotación 8.5. La concentración publicitaria 8.6. Perfil del mercado publicitario español		Foro de debate: Prensa, audiovisual y publicidad: tres caminos de la comunicación (0,35 puntos) Test Tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 12	Tema 9. Otras empresas de comunicación 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. La empresa de cine 9.3. La empresa editorial 9.4. Las agencias de noticias			
Semana 13	Tema 9. Otras empresas de comunicación (continuación) 9.5. Los servicios portadores 9.6. La medición de audiencias 9.7. La agencia de comunicación 9.8. Nuevos sectores y retos	Trabajo: Tradición y modernidad en el libro: del papel a las redes sociales (0,7 puntos)	Test Tema 9 (0,1 puntos)	
Semana 14	Tema 10. Nuevos medios, ¿nuevas empresas? 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. La gran transformación 10.3. La tecnología en la empresa de comunicación 10.4. Tecnología y empresa de prensa 10.5. Tecnología y empresa audiovisual 10.6. Tecnología y empresa publicitaria 10.7. Síntesis		Test Tema 10 (0,1 puntos)	
Semana 15	Tema 11. Modelos de negocio en Internet Modelos de negocio B2B Modelos de negocio B2C Otros modelos de negocio electrónico		Test Tema 11 (0,1 puntos)	
Semana 16	Semana de exámenes (Recuerda que el examen final de esta asignatura se compone de dos partes, una parte teórica y otra práctica. La parte práctica consiste en la realización de un proyecto que se llevará a cabo lo largo del curso y que se entregará a través del aula virtual antes de la semana del examen)			