

Empresas de comunicación y modelos de negocios. ÍNDICE

Asignatura	3
Presentación	3
Competencias	4
Contenidos	6
Recursos	8
Metodología	10
Evaluación y calificación	11
Orientaciones para el estudio	12



Asignatura

Empresas de comunicación y modelos de negocios

Denominación de la asignatura	Empresas de comunicación y modelos de negocios
Grado al que pertenece	Comunicación
Créditos ECTS	6
Curso y cuatrimestre en el que se imparte	Tercer curso, primer cuatrimestre
Carácter de la Asignatura	Básica

Presentación

La asignatura **Empresas de comunicación y modelos de negocios** tiene como objetivo que el alumno conozca los fundamentos empresariales de la actividad y la industria de comunicación. Así, veremos los **contenidos básicos** (concepto, función social o tipologías) y **casos específicos** de administración, control o análisis del entorno competitivo.

Por sectores, la materia abunda en la empresa de **radio**, de **televisión**, de **productos impresos**, de **publicidad** y en **otros sectores**. Los cimientos no han variado en los veinticinco años en la medida que se expone el modelo de explotación, las principales características y la naturaleza de cada producto, así como las nuevas normas legales o tendencias en el mercado.

La **aparición de Internet** y los **nuevos medios** merece un capítulo aparte, que trata de arrojar luz sobre un proceso en constante cambio y convergencia. Desde el punto de vista empresarial, la **digitalización** ha fracturado los modelos de negocio existentes, pero todavía no ofrece una alternativa sólida y estable. Los vaivenes de las compañías en la red demuestran tal afirmación.

En síntesis, se trata de una aventura académica y profesional excitante que se actualiza cada día y que ofrece al alumno la capacidad de comprender las **dinámicas mercantiles**, los **comportamientos del consumidor** y las **decisiones en materia de política de comunicación**.

Competencias

Competencias generales

- » Capacidad crítica, analítica y reflexiva respecto al hecho comunicativo.
- » Capacidad de analizar los aspectos técnicos y estéticos de los procesos y tendencias de la comunicación en la sociedad contemporánea.
- » Capacidad de analizar la situación actual de los medios teniendo en cuenta su historia (tanto de sus propuestas estéticas e industriales como desde la perspectiva de su relevancia social y cultural).
- » Capacidad de desarrollar los modelos psicológicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.

Competencias de carácter profesional

- » Análisis del relato audiovisual, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época determinada.
- » Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez aprovechando los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
- » Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de autoevaluación.
- » Habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.

Competencias académicas

- » Utilización correcta, oral y escrita, del castellano.
- » Conocimiento del inglés en el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas.
- » Capacidad de reflexionar sobre temas de interés de naturaleza social, cultural, científica o ética, a través de la reunión e interpretación de datos relevantes, para emitir así juicios fundamentados.
- » Capacidad para analizar críticamente el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.
- » Conocimiento del estado del mundo, de su evolución histórica reciente y de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- » Capacidad de análisis y de interpretación de los diferentes movimientos literarios, artísticos y estéticos contemporáneos y para apreciar sus funciones y relaciones con la producción comunicativa actual.
- » Comprensión de teorías, métodos y problemas de la comunicación y sus lenguajes.
- » Capacidad para definir y desarrollar temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo del proceso comunicativo o a su interpretación.
- » Habilidad para exponer de forma adecuada (tanto para un público especializado como no especializado) los resultados de la investigación de forma oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
- » Desarrollo de habilidades teórico-prácticas necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.



Contenidos

Tema 1. Introducción a la empresa

El concepto de empresa
Los fundamentos de la empresa
La doble dimensión de la información en la empresa
El empresario
El empresario y la información
Tipología de empresas

Tema 2. La empresa de comunicación

Perspectiva histórica de la información comercial
La información como bien económico
La industria de la comunicación
Hacia el sector Inf+Com
La empresa de comunicación
Elementos de la empresa de comunicación
El equilibrio entre el derecho de la información y la libertad de empresa

Tema 3. Elementos de la empresa de comunicación

Misión de la empresa de comunicación
Los principios configuradores
Características
Finalidades: la orientación informativa
Finalidades: la orientación comercial
El producto y servicio informativo
El debate sobre la calidad

Tema 4. Entorno y organización de la empresa de comunicación

El entorno
La concentración informativa
La disrupción tecnológica
La función del Estado
Bases de la organización empresarial
La organización interna
La función directiva

Tema 5. La empresa radiofónica

- El producto radiofónico
- Los ingresos
- Los gastos
- El nuevo ordenamiento legal

Tema 6. La empresa de televisión

- La especificidad de la empresa de televisión
- El valor de los contenidos
- Los ingresos
- Los gastos
- La televisión que viene



Tema 7. La empresa de prensa

- Naturaleza del producto periodístico
- Los ingresos por ventas
- Los ingresos por publicidad
- Los gastos
- Cambios estructurales en la empresa periodística

Tema 8. La empresa de publicidad

- Naturaleza de la publicidad
- Las actividades publicitarias
- Estructura de explotación
- La concentración publicitaria
- Perfil del mercado publicitario español

Tema 9. Otras empresas de comunicación

- La empresa de cine
- La empresa editorial
- Las agencias de noticias
- Los servicios portadores
- La medición de audiencias
- La agencia de comunicación
- Nuevos sectores y retos

Tema 10. Nuevos medios, ¿nuevas empresas?

- La gran transformación
- La tecnología en la empresa de comunicación
- Tecnología y empresa de prensa
- Tecnología y empresa audiovisual
- Tecnología y empresa publicitaria
- Síntesis

Recursos

Los recursos que tienes a tu disposición para esta asignatura son:

Recibirás tus **claves personales de acceso** al Aula virtual (Usuario y Contraseña) por correo electrónico. Puedes preguntarnos cualquier duda sobre tus claves en el **correo electrónico:** soportetecnico@unir.net

Aula virtual

Es **imprescindible** que para seguir la asignatura accedas al Aula virtual (en Internet). Una vez dentro del sistema, puedes participar en los foros de discusión, asistir a las sesiones de TV Digital, comunicarte con tus profesores, tener acceso a los materiales de estudio de la asignatura...



La dirección de acceso al Aula virtual es:

<http://www.unir.net>

Guía docente

Es la guía que estás consultando en estos momentos. Incluye la información que necesitas para la mejor comprensión de la asignatura: recursos, metodología, evaluación, etc.

Manual de referencia

La empresa informativa

NIETO, A. e IGLESIAS, F.

Ariel Comunicación. Barcelona. 2008.

ISBN: 978-84-344-1282-8



Manuales recomendados

Curso de economía de la empresa

SUÁREZ SUÁREZ, A-S.

Pirámide. 1ª ed. Madrid. 1998

ISBN: 978-84-368-0705-9

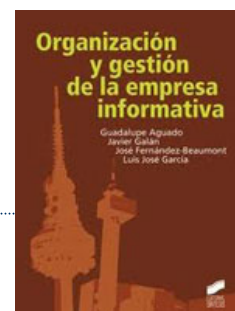


Organización y gestión de la empresa informativa

AGUADO, G. (et aliter).

Editorial Síntesis. Madrid. 2008

ISBN: 978-84-975-6945-3



Metodología

Puedes **personalizar tu plan de trabajo** seleccionando aquel tipo de actividad formativa que se ajuste mejor a tu perfil. El **profesor-tutor** te ayudará y aconsejará en el proceso de elaboración de tu plan de trabajo. Y siempre estará disponible para orientarte durante el curso.

Las **actividades formativas** de la asignatura se han elaborado con el objetivo de adaptar el proceso de aprendizaje a las diferentes capacidades, necesidades e intereses de los alumnos.

Las actividades formativas de esta asignatura son las siguientes:

Trabajos → Se trata de varios **trabajos** repartidos a lo largo del cuatrimestre. En el Aula virtual encontrarás toda la información sobre cómo desarrollarlos y cómo y cuándo entregarlos.

Participación en eventos → Son **actividades y eventos** programados todas las semanas del cuatrimestre: sesiones presenciales virtuales, actividades, foros de debate, test, etc. También puedes encontrar la información necesaria para participar en los eventos en la programación semanal y en el Aula virtual.

Comentario de lecturas → Es un tipo de actividad muy concreto que consiste en el **análisis de textos de artículos** de autores expertos en diferentes temas de la asignatura.

Estas actividades formativas prácticas se **completan**, por supuesto, con estas otras:

- **Estudio personal**
- **Tutorías**
- **Examen final presencial**



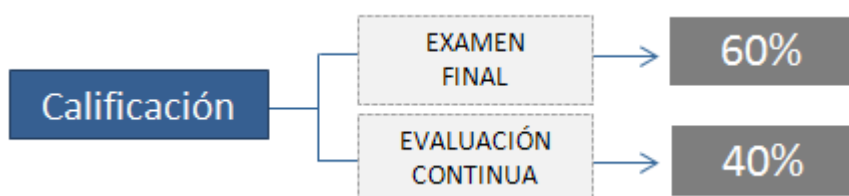
En el Aula virtual puedes consultar la programación semanal. En ella te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

Evaluación y calificación

El sistema de calificación se basa en la siguiente **escala numérica**:

0 – 4,9	Suspenso	(SS)
5,0 – 6,9	Aprobado	(AP)
7,0 – 8,9	Notable	(NT)
9,0 – 10	Sobresaliente	(SB)

La **calificación** se compone de dos partes principales:



El **examen** se realiza al final del cuatrimestre y es de carácter **PRESENCIAL** y **OBLIGATORIO**. Supone el **60%** de la calificación final (**6 puntos** sobre 10) y para que la nota obtenida en este examen se sume a la nota final, es obligatorio **APROBARLO** (es decir, obtener 3 puntos de los 6 totales del examen).

Ten en cuenta...

Si quieres presentarte sólo al examen final, tendrás que obtener una calificación de 5 puntos sobre 6 para aprobar la asignatura.

La **evaluación continua** supone el **40%** de la calificación final (es decir, **4 puntos** de los 10 máximos). Este 40% de la nota final se compone de las calificaciones obtenidas en las **diferentes actividades formativas** llevadas a cabo durante el cuatrimestre.

Ten en cuenta que la suma de las puntuaciones de las actividades de la evaluación continua es de **6 puntos**. Así, puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un **máximo de 4 puntos** (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

En la **programación semanal** de la asignatura (disponible en el Aula virtual) se detalla la **calificación máxima de cada actividad o evento concreto puntuables**.



Orientaciones para el estudio

Obviamente, al tratarse de formación online puedes **organizar tu tiempo de estudio como deseas**, siempre y cuando vayas cumpliendo las fechas de entrega de actividades, trabajos y exámenes. Nosotros, para ayudarte, te proponemos los siguientes **pasos**:

1º Desde el Campus virtual podrás acceder al Aula virtual de cada asignatura en la que estés matriculado y, además, al Aula virtual de **Lo que necesitas saber antes de empezar**. Aquí podrás consultar la **documentación** disponible, que te ayudará a recordar cómo se utilizan las herramientas del Aula virtual y organizar tu plan de trabajo personal con tu profesor-tutor.

2º Cuando finalice esta semana, comienza el trabajo programado de la asignatura. Observa la **programación semanal** (en el Aula virtual). Allí te indicamos qué parte del temario debes trabajar cada semana.

3º Ya sabes qué trabajo tienes que hacer durante la semana. Accede ahora a la sección **Temas** del Aula virtual. Allí encontrarás el material teórico y práctico del tema correspondiente a esa semana.

4º Comienza con la lectura de las **Ideas clave** del tema. Este resumen te ayudará a hacerte una idea del contenido más importante del tema y de cuáles son los aspectos fundamentales en los que te tendrás que fijar al estudiar el material básico. Lee siempre el primer apartado, **¿Cómo estudiar este tema?**, porque allí te especificamos qué material tienes que estudiar. Consulta, además, las secciones del tema que contienen **material complementario** (Lo + recomendado y + Información).

En el **Aula virtual** de **Lo que necesitas saber antes de empezar** encontrarás siempre disponible la documentación donde te explicamos **cómo se estructuran los temas** y qué podrás encontrar en cada una de sus **secciones**: Ideas clave, Lo + recomendado, + Información, Actividades y Test.

5º Dedicar tiempo al **trabajo práctico (sección Actividades y Test)**. En la programación semanal te detallamos cuáles son las actividades correspondientes a cada semana y qué **calificación máxima** puedes obtener con cada una de ellas.

6º Te recomendamos que **participes en los eventos** del curso (sesiones presenciales virtuales, foros de debate...). Para conocer la fecha concreta de celebración de los eventos debes consultar las **herramientas de comunicación** del Aula virtual. Tu profesor y tu profesor-tutor te informarán de las novedades de la asignatura.

Recuerda que en el **Aula virtual de Lo que necesitas saber antes de empezar** puedes consultar el funcionamiento de las distintas herramientas del Aula virtual: Correo, Foro, Sesiones presenciales virtuales, Envío de



Ten en cuenta estos consejos...

- ✓ Sea cual sea tu plan de estudio, **accede periódicamente al Aula Virtual**, ya que de esta forma estarás al día de las novedades del curso y en contacto con tu profesor y con tu profesor tutor.
- ✓ Recuerda que **no estás solo**: consulta todas tus dudas con el profesor o con tu profesor tutor utilizando el correo electrónico. Si asistes a las sesiones presenciales virtuales también podrás preguntar dudas a tu profesor sobre el contenido del tema.
- ✓ **¡Participa!** Siempre que te sea posible accede a los foros de debate y asiste a las sesiones presenciales virtuales. El intercambio de opiniones, materiales e ideas nos enriquece a todos.
- ✓ Y ¡recuerda!, estás estudiando con metodología on line: tu esfuerzo y constancia son imprescindibles para conseguir buenos resultados. **¡No dejes todo para el último día!**

