UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: SISTEMA DE MEDIOS EN ESPAÑA
Código: 16321
Tipología: OBLIGATORIA
Créditos ECTS: 6
Grado: 377 - GRADO EN PERIODISMO
Curso académico: 2018-19
Centro: 12 - FACULTAD DE COMUNICACIÓN
Grupo(s): 30
Curso: 3
Duración: Primer cuatrimestre
Lengua principal de impartición: Español
Segunda lengua: Inglés
Uso docente de otras lenguas:
English Friendly: N
Página web: http://juanluismanfredi.es/
Bilingüe: N

Profesor: **ANA MARIA LOPEZ CEPEDA** - Grupo(s): **30**

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Comunicación / 2.09	DPTO. EN CONSTITUCIÓN	4777	ana.lopezcepeda@uclm.es	

2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido.

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

La asignatura está relacionada con Estructura global de los medios (2º) y Políticas de Comunicación (3º). El objetivo consiste en que el alumno obtenga una visión de las estructuras que rigen en el sistema informativo, con especial atención al modelo español. Para más detalle, véase la materia “Estructura y sistema de medios” que incluye las asignaturas.

En particular, esta materia desarrolla los contenidos necesarios para conocer el entorno empresarial actual y apuesta por nuevos proyectos periodísticos.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
E04	Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
E05	Capacidad básica para comprender la producción informativa o comunicativa, escrita o audiovisual, en inglés estándar.
E14	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 auto evaluación, así como habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.
E16	Conocimiento crítico de la influencia de los medios de comunicación en la educación y en la relación de los medios con la escuela, así como de las potencialidades de las nuevas tecnologías informativas y comunicativas y de los sistemas multimedia para el desarrollo del aprendizaje y del conocimiento no presencial.
G01	Dominio de una segunda lengua extranjera en el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas
G04	Compromiso ético y deontología profesional
G09	Desarrollar aquellas habilidades necesarias en el área de Periodismo, y en general de la Comunicación, para emprender estudios posteriores de postgrado y reciclaje profesional.
G11	Alcanzar un conocimiento básico de los conceptos, categorías, teorías y temas más relevantes de las diferentes ramas de la investigación informativo-comunicativa.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

NO DETALLADO EN PLAN DE ESTUDIOS

Resultados adicionales

Identificar los principales problemas organizativos y aplicar las soluciones.
Emplear herramientas básicas para la toma de decisiones empresariales
Distinguir entre los diferentes mercados, marketing y audiencias en el mercado de la comunicación
Crear un proyecto periodístico desde el punto de vista empresarial

6. TEMARIO

Tema 1: Introducción. La industria de comunicación
Tema 2: Concepto y estructura de la empresa periodística. Concepto y naturaleza. Tipos de empresas
Tema 3: Organización de las empresas informativas. Concepto y diseño de la estructura organizativa
Tema 4: El mercado informativo: aspectos clave y servicios de calidad
Tema 5: Explotación de las empresas informativas. Ingresos, costes y tratamiento fiscal
Tema 6: Comercialización del producto informativo
Tema 7: La planificación de la empresa informativa

Tema 8: Proyecto y trabajos emprendedores

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Rec	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	E04 E05 E14 G01 G04	1.84	46	S	N	S	
Tutorías de grupo [PRESENCIAL]	Resolución de ejercicios y problemas		0.48	12	S	N	S	
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	E04	1.52	38	S	N	S	
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	E16 G01 G04 G09	1.08	27	S	N	S	
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	E04 E05 E14 E16 G01 G04 G09 G11	0.08	2	S	S	S	
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Combinación de métodos		1	25	S	N	S	
Total:			**6**	**150**				
Créditos totales de trabajo presencial: 2.4								**Horas totales de trabajo presencial: 60**
Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6								**Horas totales de trabajo autónomo: 90**

Ev: Actividad formativa evaluable
Ob: Actividad formativa de superación obligatoria
Rec: Actividad formativa recuperable

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

	Valoraciones		
Sistema de evaluación	**Estudiante presencial**	**Estud. semipres.**	**Descripción**
Prueba final	60.00%	0.00%	Examen teórico final.
Elaboración de memorias de prácticas	40.00%	0.00%	Presentación de un proyecto de empresa de comunicación. Exposición escrita y oral. Blog de la asignatura.
Total:	**100.00%**	**0.00%**	

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

En la prueba final de esta convocatoria el alumno solo podrá obtener el 60% de la nota final a la cual se le sumará un 40% por la realización y presentación de un proyecto de empresa de comunicación.
No se conservará la valoración de las actividades realizadas en cursos anteriores.
Se aplicará la normativa de plagio y de corrección ortográfica común para el Grado. Esta asignatura aplicará los criterios de evaluación acordados en el Reglamento de Evaluación de la UCLM, así como las normas específicas de evaluación aprobadas por la Junta de Facultad del centro.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

En la convocatoria extraordinaria, se mantendrán las notas adquiridas por el alumno en la elaboración del proyecto de empresa de comunicación, pero no las notas adquiridas en la prueba final de la convocatoria ordinaria. Esta tendrá en este caso una puntuación del 60%.
En el caso de que sea necesario recuperar las notas de la elaboración del proyecto de empresa de comunicación junto con la prueba final, esta recuperación se realizará a través de una o varias preguntas en la prueba final. Será necesario siempre en esta convocatoria aprobar la prueba final para superar la asignatura.
Se aplicará la normativa de plagio y de corrección ortográfica común para el Grado. Esta asignatura aplicará los criterios de evaluación acordados en el Reglamento de Evaluación de la UCLM, así como las normas específicas de evaluación aprobadas por la Junta de Facultad del centro.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

El alumno deberá realizar una prueba que valdrá el 100% de la nota. No se conservará la valoración de ninguna de las actividades realizadas en otras convocatorias ni tampoco en cursos anteriores. Será necesario aprobar la prueba final para superar la asignatura.
Se aplicará la normativa de plagio y de corrección ortográfica común para el Grado. Esta asignatura aplicará los criterios de evaluación acordados en el Reglamento de Evaluación de la UCLM, así como las normas específicas de evaluación aprobadas por la Junta de Facultad del centro.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

No asignables a temas

Horas	Suma horas
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	38
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	27
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	25

Comentarios generales sobre la planificación: El período temporal y las horas dedicadas a cada tema pueden variar en función del desarrollo del curso académico.

Tema 1 (de 8): Introducción. La industria de comunicación

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	4
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1.5

Tema 2 (de 8): Concepto y estructura de la empresa periodística. Concepto y naturaleza. Tipos de empresas

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	6

Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1.5
Tema 3 (de 8): Organización de las empresas informativas. Concepto y diseño de la estructura organizativa	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	6
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1.5
Tema 4 (de 8): El mercado informativo: aspectos clave y servicios de calidad	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	6
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1.5
Tema 5 (de 8): Explotación de las empresas informativas. Ingresos, costes y tratamiento fiscal	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	6
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1.5
Tema 6 (de 8): Comercialización del producto informativo	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	6
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1.5
Tema 7 (de 8): La planificación de la empresa informativa	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	6
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1.5
Tema 8 (de 8): Proyecto y trabajos emprendedores	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	6
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1.5
Actividad global	
Actividades formativas	**Suma horas**
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	38
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	46
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	27
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	12
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	25
Total horas:	150

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Nieto, Alfonso e Iglesias, Francisco	Empresa Informativa	Ariel Comunicación	Barcelona		2002	
Briggs, Mark1969-	Entrepreneurial journalism: how to build what's next for new	Sage CQ Press		978-1-60871-420-9	2012	
Galán Gamero, Javier (coordinador) · Aguado Guadalupe, Guadalupe · Caro González, Francisco Javier · Manfredi Sánchez, Juan Luis	Empresa informativa XXI	Síntesis		9788490779873	2017	
	https://www.sintesis.com/manuales-244/empresa-informativa-xxi-ebook-2280.html					
López, Guillermo	Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio	Comunicación social			2015	
Manfredi Sánchez, Juan Luis	Emprendimiento e innovación en periodismo	Universidad de Castilla-La Mancha			2015	
	http://publicaciones.uclm.es/2015/01/28/emprendimiento-e-innovacion-en-periodismo/					
Manfredi Sánchez, Juan Luis	Innovación y periodismo: emprender en la Universidad	Cuadernos Latina			2015	
	http://www.cuadernosartesanos.org/2015/cac76.pdf					
Robert G. Picard	Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work				2015	
	http://www.robertpicard.net/files/RISJ_Journalists_Perceptions_of_the_Future_of_Journalistic_Work.pdf					
Robert G. Picard and Steven S. Wildman, Eds.	Handbook of the Economics of the Media	Edward Elgar Publishing			2015	
Robert M Grant	Dirección estratégica	Civitas		9788447026586	2006	
	http://www.contemporarystrategyanalysis.com/					
Shirky, Bell y Anderson	Post Industrial Journalism: Adapting to the Present					
	http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism-adapting-to-the-present-2/					
Caro, Francisco José	Gestión de empresas informativas	McGrawHill	Madrid	9788448156046	2007	
Sánchez Tabernero, Alfonso	Dirección estratégica de empresas de comunicación	Ediciones Cátedra	Madrid		2000	