



UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: ESTRUCTURA GLOBAL DE LOS MEDIOS	Código: 16524
Tipología: OBLIGATORIA	Créditos ECTS: 6
Grado: 401 - GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	Curso académico: 2021-22
Centro: 12 - FACULTAD DE COMUNICACIÓN	Grupo(s): 30
Curso: 3	Duración: C2
Lengua principal de impartición: Español	Segunda lengua:
Uso docente de otras lenguas:	English Friendly: S
Página web:	Bilingüe: N

Profesor: AZAHARA CAÑEDO RAMOS - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
FCOM 2.06	DPTO. EN CONSTITUCIÓN	4799	Azahara.Canedo@uclm.es	

2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido

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

Trabajar como profesional de la comunicación requiere una formación integral en la disciplina. Es por este motivo que el plan de estudios precisa de una materia como 'Entorno de medios', en la que se enmarca la asignatura 'Estructura global de los medios'. Esta asignatura aporta al estudiante la capacidad de desarrollar una mirada crítica sobre la situación estructural de los medios, al tiempo que le permite analizar los contextos en los que se desenvuelve y las tendencias dominantes. Asimismo, esta asignatura les permite profundizar en los conocimientos previamente adquiridos en otras asignaturas como 'Derecho de la comunicación' o 'Políticas de comunicación' sobre la regulación de los medios y las acciones de los poderes públicos y privados que les influyen. En esta misma línea, esta asignatura amplía los contenidos trabajados en asignaturas como 'Estructura económica' o 'Producción audiovisual' en lo relativo a la caracterización y funcionamiento del entorno empresarial audiovisual.

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

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CE03	Conocer la estructura comunicativa y audiovisual y su incidencia en las políticas públicas en los diferentes niveles territoriales.
CE04	Conocer e interpretar los fenómenos industriales y empresariales del sector audiovisual.
CG01	Conocer las características esenciales de la comunicación, sus elementos y sus resultados, con la finalidad de que el estudiante pueda entender los fenómenos comunicativos que se producen en la sociedad actual.
CG04	Tener habilidad para exponer los resultados de los trabajos académicos de manera escrita, oral o por otros medios de acuerdo a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
CG05	Tener conocimiento de los valores constitucionales, principios éticos y normas deontológicas aplicables a la comunicación audiovisual.
CG06	Conocer del estado del mundo, su evolución histórica reciente, adquirir conceptos necesarios para la comprensión de sus dimensiones políticas, económicas, tecnológicas y socioculturales y utilizar este conocimiento como instrumento en la resolución de problemas y retos profesionales.
CG07	Adquirir la capacidad de trabajar en equipo, afrontar retos colectivos y resolver cooperativamente los problemas, respetando la diversidad de los y las participantes y de sus aportaciones.
CT01	Conocer una segunda lengua extranjera.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

Conocer y aplicar las fases del plan empresarial al entorno de la comunicación audiovisual a través del desarrollo de un proyecto.

Debatir en condiciones de simetría los problemas éticos de la comunicación audiovisual para encontrar dialógicamente normas, principios y valores éticos.

Argumentar y debatir sobre las formas sociopolíticas emergentes y los mecanismos de producción de discursos en su relación con la tecnología.

Entender la tarea ética como una construcción dialógica de principios, normas y valores morales y como estándar de calidad en el desempeño profesional.

Exponer y analizar de forma crítica la estructura mediática y de las industrias audiovisuales.

Identificar los actores relevantes en la estructura de los medios de comunicación y en la industria audiovisual en la esfera internacional y nacional.

Reconocer las dimensiones de la organización de la empresa audiovisual e identificar los diferentes mercados y estrategias de marketing en el mercado de la comunicación audiovisual.

Reconocer y comprender las principales aproximaciones conceptuales al abordaje de las culturas digitales y la tecnología contemporánea.

Saber aplicar los principios de la ética profesional y los principios éticos de los códigos deontológicos.

Adquirir una visión global y diacrónica de los modelos y estrategias dominantes en la historia social de la comunicación.

6. TEMARIO

Tema 1: La Economía Política de la Comunicación

Tema 2: Las industrias culturales

Tema 3: Conglomerados y grupos mediáticos: caracterización, actores y tendencias

Tema 4: Análisis sectorial I. Estructura del sistema cinematográfico

Tema 5: Análisis sectorial II. Estructura del sistema radiotelevisivo

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación		0.08	2	S	S	
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral		2.32	58	N	-	
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo		2.4	60	S	N	
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje		1.2	30	N	-	
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 (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Evaluación continua	Evaluación no continua*	Descripción
Elaboración de trabajos teóricos	40.00%	40.00%	
Prueba final	60.00%	60.00%	
Total:	100.00%	100.00%	

* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 6 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 13.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Evaluación continua:

Para superar la asignatura es requisito alcanzar una nota mínima de al menos el 40% del valor total en la prueba final de la asignatura. En todo caso, solo se entenderá superada la asignatura si en el conjunto de todas las pruebas de evaluación el estudiante ha obtenido como mínimo un 50% de la máxima nota posible (típicamente, al menos un 5 sobre 10). Además, no se conservará la valoración de las actividades realizadas en cursos anteriores y se aplicará la normativa de plagio y de corrección ortográfica común para el Grado.

Evaluación no continua:

La prueba final, en el caso de los estudiantes que han cursado la asignatura mediante la opción de evaluación no continua, consistirá en un examen teórico. Así mismo, estos estudiantes deberán entregar el día del examen un conjunto de memorias de prácticas que demuestren que han adquirido las competencias prácticas básicas que competen a la asignatura. Solo se entenderá superada la asignatura si en el conjunto de todas las pruebas de evaluación el estudiante ha obtenido como mínimo un 50% de la máxima nota posible (típicamente, al menos un 5 sobre 10) y la nota de la prueba final alcanza al menos el 40% del valor total de la misma. Además, no se conservará la valoración de las actividades realizadas en cursos anteriores y se aplicará la normativa de plagio y de corrección ortográfica común para el Grado.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

En la convocatoria extraordinaria, los estudiantes que han seguido el modelo de evaluación continua y que hayan superado la evaluación del bloque 'Elaboración de trabajos teóricos' con al menos un 50% de la nota máxima posible, podrán escoger si esta nota se guarda para la convocatoria extraordinaria. Así, en su caso se mantiene el valor de la prueba final en un 60%. En el caso de los estudiantes cuya nota en el bloque 'Elaboración de trabajos teóricos' en la convocatoria ordinaria no supere el 50% de la nota máxima posible del ítem, deberán realizar una prueba final cuyo valor será del 100% de la nota final de la asignatura. Este mismo modelo aplica para los estudiantes que no han seguido la evaluación continua. Además, no se conservará la valoración de las actividades realizadas en cursos anteriores y se aplicará la normativa de plagio y de corrección ortográfica común para el Grado.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Para superar la materia, es obligatorio superar una prueba que valdrá el 100% de la nota. Además, no se conservará la valoración de las actividades realizadas en cursos ni convocatorias anteriores y se aplicará la normativa de plagio y de corrección ortográfica común para el Grado.

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

No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Comentarios generales sobre la planificación: Esta planificación podrá adaptarse y sufrir leves modificaciones en caso de que se acometa cualquier medida extraordinaria relacionada con la pandemia sanitaria de la COVID-19. No obstante, incluso en un escenario imprevisto, se tratarán de mantener los porcentajes de evaluación con la máxima fidelidad a lo señalado en esta guía.	
Tema 1 (de 5): La Economía Política de la Comunicación	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	11.6
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	12
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Grupo 30:	
Inicio del tema: 31-01-2022	Fin del tema: 21-02-2022
Comentario: El contenido y orden de los temas así como las horas asignadas a cada uno de ellos podrán variar en función de las necesidades docentes.	

Tema 2 (de 5): Las industrias culturales	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	11.6
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	12
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Grupo 30:	
Inicio del tema: 22-02-2022	Fin del tema: 14-03-2022
Comentario: El contenido y orden de los temas así como las horas asignadas a cada uno de ellos podrán variar en función de las necesidades docentes.	
Tema 3 (de 5): Conglomerados y grupos mediáticos: caracterización, actores y tendencias	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	11.6
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	12
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Grupo 30:	
Inicio del tema: 15-03-2022	Fin del tema: 20-04-2022
Comentario: El contenido y orden de los temas así como las horas asignadas a cada uno de ellos podrán variar en función de las necesidades docentes.	
Tema 4 (de 5): Análisis sectorial I. Estructura del sistema cinematográfico	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	11.6
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	12
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Grupo 30:	
Inicio del tema: 21-04-2022	Fin del tema: 05-05-2022
Comentario: El contenido y orden de los temas así como las horas asignadas a cada uno de ellos podrán variar en función de las necesidades docentes.	
Tema 5 (de 5): Análisis sectorial II. Estructura del sistema radiotelevisivo	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	11.6
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	12
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	6
Grupo 30:	
Inicio del tema: 06-05-2022	Fin del tema: 20-05-2022
Comentario: El contenido y orden de los temas así como las horas asignadas a cada uno de ellos podrán variar en función de las necesidades docentes.	
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	58
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	60
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	30
Total horas: 150	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS							
Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción	
Miguel de Bustos, J.C.; Casado Del Río, M.A.	Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad	Gedisa	Barcelona	978-84-9784-724-7	2012		
Bolaño, C.; Mastrini, G.; Sierra, F.	Political Economy, Communication and Knowledge: a Latin American Perspective	Hampton Press	New York	9781-61289-027-2	2012		
Bustamante, E.	La televisión económica: financiación, estrategias y mercado	Gedisa	Barcelona	9788474327458	1999		
Zallo, R.	Economía de la comunicación y la cultura	Akal	Madrid	84-7600-340-4	1988		
Wasko, J.	Understanding Disney	Polity	Cambridge	9780745695648	2020		
Herman, E.S.; McChesney, R.W.	Los medios globales	Cátedra	Madrid	84-376-1746-4	1997		
Mosco, V.; McKercher, K.	The Laboring of Communication: Will Knowledge Workers of the World Reunite?	Lexington Books	Maryland	978-0-7391-1814-6	2008		
Marzal Felici, J. (ed)	Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV	UAB - UJI - UPF - UV	Varias	9788437096506	2015		
Zallo, R.	Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital	Gedisa	Barcelona	978-84-9784-665-3	2011		
Brevini, B.; Swiatek, L.	Amazon. Understanding a Global Communication Giant	Routledge	New York	978-0-367-36433-55	2021		
Tang, M.	Tencent: The Political Economy of China's Surging Internet Giant	Routledge	New York	978-0-367-19508-3	2020		
Srnicek, N.	Capitalismo de plataformas	Caja Negra	Buenos Aires	978-9871622689	2018		
van Dijck, J.; Poell, T.; De Waa, M.	The Platform Society: Public Values in a Connective World	Oxford University Press	Oxford	978-0190889777	2018		

Lee, M.	Alphabet. The Becoming of Google	Routledge	New York	978-0-367-19734-6	2019
Dorfman, A.; Mattelart, A.	Para leer al Pato Donald: comunicación de masas y colonialismo	Siglo XXI	Madrid	978-6070302336	2013
Mosco, V.	La economía política de la comunicación. Reformulación y renovación	Bosch	Barcelona	9788497904810	2009
Hesmondhalgh, D.	The Cultural Industries	Sage	London	978-1446209264	2012
Bustamante, E.	Radio y televisión en España: historia de una asignatura pendiente de la democracia	Gedisa	Barcelona	9788497841634	2009
Herman, E.S.; Chomsky, N.	Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media	Pantheon Books	Nueva York	0-375-71449-9	1988
García Santamaría, J.V.	Los grupos multimedia españoles: análisis y estrategias	UOC	Barcelona	978-8490644911	2016
Birkinbine, B.J.; Gómez, R.; Wasko, J.	Global Media Giants	Routledge	Nw York	978-1-138-92771-1	2017
Adorno, T.; Horkheimer, M.	Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos	Trotta	Madrid	84-87699-97-9	1998
Reig, R.; Labio, A.	El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder	Anthropos	Barcelona	97884-16421-67-1	2017
Lobato, R.	Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution: 28	NYU Press	New York	978-1479804948	2019
Maxwell, R.; Miller, T.	Greening the media	Oxford University Press	Oxford	978-0-19-532530-1	2012
Boyd-Barrett, O.; Mirrlees, T.	Media Imperialism: continuity and change	Rowman & Littlefield	Maryland	978-1-5381-2155-9	2020
Albornoz, L.A.; Segovia, A.I.; Almirón, N.	Grupo PRISA. Media Power in Contemporary Spain - Series: Global Media Giants	Routledge	New York	978-0-367-27753-6	2020