



UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: SISTEMA DE MEDIOS	Código: 16533
Tipología: OBLIGATORIA	Créditos ECTS: 6
Grado: 401 - GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	Curso académico: 2023-24
Centro: 12 - FACULTAD DE COMUNICACIÓN	Grupo(s): 30
Curso: 4	Duración: C2
Lengua principal de impartición: Español	Segunda lengua:
Uso docente de otras lenguas:	English Friendly: S
Página web:	Bilingüe: N

Profesor: MINERVA CAMPOS RABADÁN - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
2.15	DPTO. EN CONSTITUCIÓN		Minerva.Campos@uclm.es	Consultar Campus Virtual

2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido

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

La asignatura obligatoria pertenece a la materia Entorno de medios y está directamente relacionada con la asignatura Estructura global de los medios (3er curso). Se centra en las especificidades del mercado y la empresa informativa y audiovisual en España.

Con una metodología docente basada en clases magistrales, el estudio de casos y el trabajo por proyectos, la asignatura desarrolla los contenidos y competencias relativos a:

- El ecosistema de agentes y empresas informativas y audiovisuales en el marco estatal
- Especificidades del mercado informativo y audiovisual
- El reto digital y tecnológico
- Calendarios específicos y procesos de producción distribución según el modelo de empresa
- Estrategias de emprendimiento y márketing
- Normativa y contabilidad básica para el diseño de proyectos
- El desarrollo de proyectos innovadores de empresa informativa y audiovisual

La aproximación de carácter analítico y crítico a la materia desde una perspectiva sociológica tiene como objetivo último el diseño de proyectos de empresa audiovisual innovadores, éticos y coherentes con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

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

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CB03	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
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.
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.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

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

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.

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

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

Resultados adicionales

Identificar los principales problemas organizativos y aplicar las soluciones.

Emplear herramientas básicas para la toma de decisiones empresariales

Conocer las diferencias entre los mercados y audiencias que conforman el ecosistema mediático.

Crear un proyecto en el ámbito de la comunicación audiovisual desde el punto de vista empresarial.

Conocer el mercado de la comunicación en España y los actores y dinámicas específicas de los ámbitos informativo y audiovisual/cinematográfico.

6. TEMARIO

Tema 1: Tema 1: La industria de comunicación. Estado de la cuestión y retos

Tema 2: Tema 2: Planificación (I). Naturaleza, concepto y tipos de empresa

Tema 3: Tema 3: Organización de las empresas. Concepto y diseño de la estructura organizativa

Tema 4: Tema 4: Explotación de una empresa

Tema 5: Tema 5: Planificación (II). Situación, objetivo y estrategias

Tema 6: Tema 6: El mercado comunicativo

Tema 6.1 Informativo

Tema 6.2 Cinematográfico

Tema 6.3 Televisivo - OTTs

Tema 7: Tema 7: Comercialización, producción y distribución

Tema 8: Tema 8: Proyecto y trabajos emprendedores (transversal)

COMENTARIOS ADICIONALES SOBRE EL TEMARIO

Desde el inicio del cuatrimestre el alumnado tendrá a su disposición en Campus Virtual un cronograma que desarrolle por semanas los contenidos y actividades de la asignatura. Esta programación podrá verse modificada si así lo requiere el desarrollo del curso.

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	CB03 CE04 CG01 CG05	1.84	46	N	-	
Tutorías de grupo [PRESENCIAL]	Trabajo dirigido o tutorizado	CB03 CG01 CG04 CG05 CG07	0.48	12	S	N	
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Estudio de casos	CB03 CE04 CG01 CG04 CG07	1.52	38	S	S	
Elaboración de memorias de Prácticas [AUTÓNOMA]	Estudio de casos	CE04 CG01 CG04	1.08	27	S	S	
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	CB03 CE04 CG01 CG04 CG05	0.08	2	S	S	
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Combinación de métodos	CB03 CE04 CG01 CG04 CG05	1	25	S	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
Examen teórico	30.00%	50.00%	
Resolución de problemas o casos	40.00%	25.00%	
Trabajo	30.00%	25.00%	
Total:	100.00%	100.00%	

* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 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. 12.2) 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:

Es necesario obtener al menos un 4 en la prueba final para poder superar la asignatura. Si no se supera el 4 en la prueba final, la nota final será la media y en caso de que sea superior a 5, el alumnado suspenderá con un 4,9. No se conservará la valoración de las actividades realizadas en cursos anteriores.

Cualquier estudiante podrá cambiarse a la modalidad de evaluación no continua siempre que no haya participado durante el periodo de impartición de clases en actividades evaluables que supongan en su conjunto al menos el 50% de la evaluación total de la asignatura. Si un estudiante ha alcanzado ese 50% de actividades evaluables o si, en cualquier caso, el periodo de clases hubiera finalizado, se considerará en evaluación continua sin posibilidad de cambiar de modalidad de evaluación.

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.

Evaluación no continua:

En la prueba final el alumnado solo podrá obtener el 50% de la nota final. A esta nota se le sumará el 50% resultante de las notas individuales de un proyecto y un trabajo finales que deberán entregarse a través de Campus Virtual teniendo como fecha y hora límites las de la convocatoria oficial del examen de la asignatura.

Es necesario obtener al menos un 4 en la prueba final para poder superar la asignatura. Si no se supera el 4 en la prueba final, la nota final será la media y

en caso de que sea superior a 5, el alumno suspenderá con un 4,9. 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, habrá una prueba final en la que el alumnado obtendrá el 100% de la nota final. No se conservará la valoración de las actividades realizadas en cursos anteriores ni notas parciales obtenidas en la convocatoria ordinaria.

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:

En la convocatoria especial de finalización, habrá una prueba final en la que el alumnado obtendrá el 100% de la nota final. No se conservará la valoración de las actividades realizadas en cursos anteriores ni notas parciales obtenidas en la convocatoria inmediatamente anterior, si fuera el caso.

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
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	10
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Estudio de casos]	38
Elaboración de memorias de Prácticas [AUTÓNOMA][Estudio de casos]	27
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	25
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 8): Tema 1: La industria de comunicación. Estado de la cuestión y retos	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Tema 2 (de 8): Tema 2: Planificación (I). Naturaleza, concepto y tipos de empresa	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Tema 3 (de 8): Tema 3: Organización de las empresas. Concepto y diseño de la estructura organizativa	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	6
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	2
Tema 4 (de 8): Tema 4: Explotación de una empresa	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Tema 5 (de 8): Tema 5: Planificación (II). Situación, objetivo y estrategias	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Tema 6 (de 8): Tema 6: El mercado comunicativo	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	12
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	4
Tema 7 (de 8): Tema 7: Comercialización, producción y distribución	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Tema 8 (de 8): Tema 8: Proyecto y trabajos emprendedores (transversal)	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Estudio de casos]	38
Elaboración de memorias de Prácticas [AUTÓNOMA][Estudio de casos]	27
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	46
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	25
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	12
Total horas: 150	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población ISBN	Año	Descripción
López, Guillermo	Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio	Comunicación Social		2015	
Matamoras, David (coord.)	Distribución y marketing cinematográfico. Manual de primeros auxilios.	Publicacions i Edicions Universitat de Barcelona.	Barcelona	2009	
Vinuela, Ana	La distribución de cine de autor español en Francia En busca de los públicos de Blancanieves y Las brujas de Zugarramurdi			2017	
Galán Gamero, Javier (coordinador)	Empresa informativa XXI	Síntesis	9788490779873	2017	
PWC-PATE	Oportunidades de los contenidos audiovisuales en España. https://asociacionpate.com/archivos/1733			2021	
Mandredi Sánchez, Juan Luis	Emprendimiento e innovación en periodismo https://publicaciones.uclm.es/emprendimiento-e-innovacion-en-periodismo/			2015	
Manfredi Sánchez, Juan Luis	Innovación y periodismo: emprender en la Universidad http://www.cuadernosartesanos.org/2015/cac76.pdf	CAC. Cuadernos Artesanos de Comunicación		2015	
Lobato, Ramón	Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution.	New York University Press		2019	
Taillibert, Christel y Ana Vinuela	Festival Scope, a festival-on-demand platform: Online enhancement of the gatekeeping power of film festivals https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/07053436.2021.1899399				
Casillas, Thierry y José Manuel Martí	Cómo hacer un plan de empresa. Guía práctica para su elaboración y puesta en marcha.	Profit Editorial	Barcelona	2019	
Barlovento	Avance Informe 1ª ola barómetro TV-OTT de Barlovento Comunicación. Estudio de las plataformas OTT en España https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2022/04/BAROMETRO-TV-OTT-Avance-1-ola-2022.pdf			2022	
MCUD	Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2018-2019. https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/ehc/portada.html			2020	
Picard, Robert G.	Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work http://www.robertpicard.net/files/RISJ_Journalists_Perceptions_of_the_Future_of_Journalistic_Work.pdf			2015	
C. W., Anderson; Emily Bell y Clay Shirky	Post Industrial Journalism: Adapting to the Present https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8N01JS7			2014	