



# UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

## GUÍA DOCENTE

### 1. DATOS GENERALES

<b>Asignatura:</b> ESTRUCTURA GLOBAL DE LOS MEDIOS	<b>Código:</b> 16524
<b>Tipología:</b> OBLIGATORIA	<b>Créditos ECTS:</b> 6
<b>Grado:</b> 401 - GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	<b>Curso académico:</b> 2023-24
<b>Centro:</b> 12 - FACULTAD DE COMUNICACIÓN	<b>Grupo(s):</b> 30
<b>Curso:</b> 3	<b>Duración:</b> C2
<b>Lengua principal de impartición:</b> Español	<b>Segunda lengua:</b>
<b>Uso docente de otras lenguas:</b>	<b>English Friendly:</b> S
<b>Página web:</b>	<b>Bilingüe:</b> N

Profesor: <b>AZAHARA CAÑEDO RAMOS</b> - Grupo(s): <b>30</b>				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Despacho FCOM 2.06	DPTO. EN CONSTITUCIÓN		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 asignatura como '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

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

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

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.

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.

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.

### 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 (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación		0.08	2	S	N	Esta prueba no es obligatoria para aquellos estudiantes que hayan alcanzado al menos un 5 sobre 10 en el resto de actividades de evaluación.
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral		1.6	40	N	-	
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Trabajo en grupo		2.4	60	S	N	
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL]	Trabajo en grupo		0.4	10	S	N	
Tutorías de grupo [PRESENCIAL]	Trabajo dirigido o tutorizado		0.24	6	S	N	
Autoaprendizaje [AUTÓNOMA]	Estudio de casos		1.2	30	S	N	
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL]			0.08	2	S	N	
<b>Total:</b>			<b>6</b>	<b>150</b>			
<b>Créditos totales de trabajo presencial: 2.4</b>			<b>Horas totales de trabajo presencial: 60</b>				
<b>Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6</b>			<b>Horas totales de trabajo autónomo: 90</b>				

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
Presentación oral de temas	30.00%	0.00%	
Pruebas de progreso	30.00%	0.00%	
Resolución de problemas o casos	10.00%	40.00%	
Prueba final	30.00%	60.00%	
<b>Total:</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	

\* 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:

Para superar la asignatura es requisito alcanzar una nota mínima de al menos el 50% del valor total en el conjunto de todas las pruebas de evaluación. En el caso de aquel estudiantado que deba presentarse a la prueba final, la calificación en esta debe alcanzar al menos el 30% de su valor total para que haga media con el resto de actividades de 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.

##### Evaluación no continua:

El estudiantado que ha cursado la asignatura mediante la opción de evaluación no continua deberá realizar obligatoriamente un examen teórico final. Así mismo, este estudiantado deberá entregar el día del examen un conjunto de memorias de prácticas que demuestren que ha 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 se ha obtenido como mínimo un 50% de la máxima nota posible (típicamente, al menos un 5 sobre 10) y la nota del examen teórico 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, el alumnado deberá realizar un examen teórico cuyo valor será del 100% de la nota, tanto si han seguido el modelo de evaluación continua como no 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
Autoaprendizaje [AUTÓNOMA][Estudio de casos]	10
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL][ ]	2
<b>Comentarios generales sobre la planificación:</b> 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 (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	12
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	12
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Trabajo en grupo]	4
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	2
Autoaprendizaje [AUTÓNOMA][Estudio de casos]	10

**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. 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 2 (de 5): Las industrias culturales

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	8
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	12
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Trabajo en grupo]	2
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Autoaprendizaje [AUTÓNOMA][Estudio de casos]	5

**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 (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	16
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	12
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Trabajo en grupo]	4
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Autoaprendizaje [AUTÓNOMA][Estudio de casos]	5

**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 (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	2
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	12
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1

**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 (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	2
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	12
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1

**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
Autoaprendizaje [AUTÓNOMA][Estudio de casos]	30
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Trabajo en grupo]	10
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	6
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	40
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	60
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL][]	2
<b>Total horas: 150</b>	

## 10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Varela Monterroso, Lucía	Estructura mediática china: una aproximación al caso de China Central Television (CCTV) <a href="https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/12951">https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/12951</a>				2021	
Miguel de Bustos, Juan Carlos e Izquierdo-Castillo, Jessica	¿Quién controlará la Comunicación? El impacto de los GAFAM sobre las industrias mediáticas en el entorno de la economía digital <a href="https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/356">https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/356</a>				2019	
Bolaño, César; Mastrini,	Political Economy, Communication	Hampton		9781-61289-027-		

Guillermo; Sierra, Francisco	and Knowledge: a Latin American Perspective on La televisión económica: financiación, estrategias y mercado	Press	New York	2	2012
Bustamante, Enrique		Gedisa	Barcelona	9788474327458	1999
Zallo, Ramón	Economía de la comunicación y la cultura	Akal	Madrid	84-7600-340-4	1988
Wasko, Janet	Understanding Disney	Polity	Cambridge	9780745695648	2020
Herman, E.S.; McChesney, R.W.	Los medios globales	Cátedra	Madrid	84-376-1746-4	1997
Mosco, Vincent; McKercher, Catherine	The Laboring of Communication: Will Knowledge Workers of the World Reunite?	Lexington Books	Maryland	978-0-7391-1814-6	2008
Marzal Felici, Javier (ed)	Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV	UAB - UJI - UPF - UV	Varias	9788437096506	2015
Zallo, Ramón	Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital Amazon.	Gedisa	Barcelona	978-84-9784-665-3	2011
Brevini, Benedetta; Swiatek, Lukasz	Understanding a Global Communication Giant	Routledge	New York	978-0-367-36433-55	2021
Tang, Min	Tencent: The Political Economy of China's Surging Internet Giant	Routledge	New York	978-0-367-19508-3	2020
Srnicek, Nick	Capitalismo de plataformas	Caja Negra	Buenos Aires	978-9871622689	2018
van Dijck, José; Poell, Thomas; De Waa, Martijn	The Platform Society: Public Values in a Connective World	Oxford University Press	Oxford	978-0190889777	2018
Lee, Micky	Alphabet. The Becoming of Google	Routledge	New York	978-0-367-19734-6	2019
Dorfman, Ariel; Mattelart, Armand.	Para leer al Pato Donald: comunicación de masas y colonialismo	Siglo XXI	Madrid	978-6070302336	2013
Mosco, Vincent	La economía política de la comunicación. Reformulación y renovación	Bosch	Barcelona	9788497904810	2009
Hesmondhalgh, David	The Cultural Industries	Sage	London	978-1446209264	2012
Bustamante, Enrique	Radio y televisión en España: historia de una asignatura pendiente de la democracia	Gedisa	Barcelona	9788497841634	2009
Herman, Edward S.; Chomsky, Noam	Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media	Pantheon Books	Nueva York	0-375-71449-9	1988
García Santamaría, José Vicente	Los grupos multimedia españoles: análisis y estrategias	UOC	Barcelona	978-8490644911	2016
Birkinbine, Benjamin J.; Gómez, Rodrigo; Wasko, Janet	Global Media Giants	Routledge	Nw York	978-1-138-92771-1	2017
Adorno, Theodor;	Dialéctica de la Ilustración.				

Horkheimer, Max.	Fragmentos filosóficos	Trotta	Madrid	84-87699-97-9	1998	
Reig, Ramón; Labio, Aurora	El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder	Anthropos	Barcelona	97884-16421-67-1	2017	
Maxwell, Richard; Miller, Toby	Greening the media	Oxford University Press	Oxford	978-0-19-532530-1	2012	
Albornoz, Luis Alfonso; Segovia, Ana I.; Almirón, Núria	Grupo PRISA. Media Power in Contemporary Spain - Series: Global Media Giants	Routledge	New York	978-0-367-27753-6	2020	
Cañedo, Azahara; Rodríguez-Castro, Marta; López-Cepeda, Ana M.	Distilling the value of public service media: Towards a tenable conceptualisation in the European framework	SAGE			2022	<a href="https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/02673231221090777?journalCode=ejca">https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/02673231221090777?journalCode=ejca</a>
Cañedo, Azahara; Segovia, Ana I.	La plataformización de los medios de comunicación de servicio público. Una reflexión desde la economía política de la comunicación	Tirant Humanidades	Valencia	978-84-19286-26-0	2022	
Cañedo, Azahara	El estudio de la estructura mediática. Análisis de las percepciones del alumnado de comunicación				2023	<a href="https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/22289">https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/22289</a>
Cañedo, Azahara; Galletero-Campos, Belén; Centellas, David y López-Cepeda, Ana	New Strategies for Old Dilemmas Unraveling how Spanish Regional Public Service Media Face the Platformization Process				2023	<a href="https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/84534">https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/84534</a>
Goyanes, Manuel y Campos-Rueda, Marcela	Gestión de medios públicos en el entorno digital Nuevos valores, estrategias multiplataforma e internet de servicio público	Tirant Humanidades		978-84-19286-26-0	2022	
Wasko, Janet; Murdock, Graham y Sousa, Helena	The handbook of political economy of communications	Blackwell		9781405188807	2011	