

# **Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación**

## **Grado en Periodismo**

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Empresa Informativa y Grupos Multimedia  
(2020 - 2021)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Empresa Informativa y Grupos Multimedia	Código: 229014102
<ul style="list-style-type: none"><li>- Centro: <b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b></li><li>- Lugar de impartición: <b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b></li><li>- Titulación: <b>Grado en Periodismo</b></li><li>- Plan de Estudios: <b>2008 (Publicado en 2009-06-11)</b></li><li>- Rama de conocimiento: <b>Ciencias Sociales y Jurídicas</b></li><li>- Itinerario / Intensificación:</li><li>- Departamento/s: <b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li><li>- Área/s de conocimiento: <b>Comunicación Audiovisual y Publicidad</b> <b>Periodismo</b></li><li>- Curso: <b>4</b></li><li>- Carácter: <b>Obligatoria</b></li><li>- Duración: <b>Primer cuatrimestre</b></li><li>- Créditos ECTS: <b>6,0</b></li><li>- Modalidad de impartición: <b>Presencial</b></li><li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li><li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li><li>- Idioma: <b>Castellano</b></li></ul>	

## 2. Requisitos para cursar la asignatura

Ninguno

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: <b>JOSE LUIS ZURITA ANDION</b>
- Grupo: <b>teórico 1 y prácticos PA101 y PA102</b>
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Nombre: <b>JOSE LUIS</b></li><li>- Apellido: <b>ZURITA ANDION</b></li><li>- Departamento: <b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li><li>- Área de conocimiento: <b>Periodismo</b></li></ul>

<b>Contacto</b>						
- Teléfono 1: <b>670688355</b>						
- Teléfono 2:						
- Correo electrónico: <b>jzuritaa@ull.es</b>						
- Correo alternativo: <b>jlzurita@ull.edu.es</b>						
- Web: <b>http://jose-luiszurita.com/</b>						
<b>Tutorías primer cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:00	11:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Despacho
Todo el cuatrimestre		Jueves	08:00	11:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Despacho
Observaciones:						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	08:00	11:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:00	11:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Despacho
Observaciones:						

#### 4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Obligatoria**

Perfil profesional: **Los perfiles profesionales que se consideran característicos de la titulación de Graduado o Graduada en Periodismo son los siguientes:**• Redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte• Redactor/a o responsable de prensa o comunicación institucional• Investigador/a, docente y consultor/a de comunicación• Gestor/a de portales y editor/a de contenidos• Gestor/a de comunidades virtuales en línea, Community Manager

#### 5. Competencias

Competencias Específicas

**CE2** - Conocer y aplicar las principales corrientes, teorías y conceptos de las ciencias de la comunicación para analizar el papel de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea.

**CE17** - Conocer la tipología de las empresas informativas y los modelos de organización empresarial, situándolos en el panorama multimediático nacional y supranacional.

**CE22** - Comprender los factores que explican la organización y dinámica de la sociedad contemporánea, en tanto que sociedad de la información y del conocimiento

**CE24** - Conocer las herramientas jurídicas para el ejercicio de la profesión periodística, las garantías que amparan su trabajo y los deberes que condicionan su responsabilidad.

**CE31** - Conocer las técnicas y recursos de la comunicación publicitaria y valorar la influencia de la publicidad en la sociedad actual.

#### Competencias Generales

**CG6** - Idear, planificar y ejecutar proyectos informativos o comunicativos.

#### Competencias Básicas

**CB1** - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

**CB2** - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

**CB3** - 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.

**CB4** - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

**CB5** - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

## 6. Contenidos de la asignatura

### Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

Módulo I. La empresa: innovación, emprendimiento y gestión

1. La empresa como realidad económica
2. Elementos constituyentes de las empresas
3. Promoción y gestión de la innovación
4. Iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas
5. El modelo de negocio: Business Model Canvas
6. La forma jurídica de una empresa
7. Facturación y gestión de cobros y pagos
8. Recursos financieros
9. Proceso contable y fiscal
10. La rentabilidad de las inversiones

Módulo II. La empresa informativa

10. La empresa informativa. Peculiaridades
11. Estructura de la empresa informativa
12. Organización de la empresa informativa
13. Gestión de los recursos humanos
14. El producto informativo
15. Ingresos y gastos

Módulo III. Marketing y planificación estratégica

16. Introducción al Marketing
17. Marketing estratégico y operativo
18. Marketing 2.0
19. Planificación estratégica de la empresa informativa

Módulo IV. Estructura multimedia del mercado informativo

20. El contexto de aparición de los grupos
21. La concentración
22. Grupos y empresas en Canarias y resto de España
23. Conglomerados mundiales

**Actividades a desarrollar en otro idioma**

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

### Descripción

La distribución horaria planteada responde al perfil específico de la asignatura, en donde las clases teóricas y prácticas, de acuerdo a los cambios sociales, tecnológicos... que en la actualidad vive el ejercicio profesional del Periodismo, requieren presencialidad, aunque, debido a la crisis de la Covid-19, también se impartirán en línea a través de la plataforma Google-Meet.

- Lección magistral/método expositivo (presentación o explicación por parte del profesor)
- Clases prácticas (actividades supervisadas por el profesor en el aula, platós, laboratorios, etc.)
- Seminarios (en pequeño o gran grupo...)
- Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común...)
- Estudio personal (preparación de trabajos/proyectos/informes, búsqueda de documentación, preparación de pruebas, exámenes, etc.)
- Evaluación (pruebas escritas, orales, prácticas... utilizadas en la evaluación el progreso de los estudiantes)
- Tutoría (período de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar y discutir materiales y temas presentados en clase)

### **Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante**

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	22,50	0,00	22,5	[CB5], [CB3], [CB2], [CB1]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	30,00	0,00	30,0	[CB4], [CG6]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	4,00	0,00	4,0	[CE22], [CE17]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	40,00	40,0	[CB4], [CG6], [CE31], [CE24], [CE22], [CE17], [CE2]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	15,00	15,0	[CG6], [CE2]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	15,00	15,0	[CB4], [CG6], [CE2]
Preparación de exámenes	0,00	20,00	20,0	[CB4], [CG6]
Realización de exámenes	2,00	0,00	2,0	[CB4]
Asistencia a tutorías	1,50	0,00	1,5	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG6], [CE31], [CE24], [CE22], [CE17], [CE2]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

AGUADO, GUADALUPE; GALÁN, JAVIER; FERNÁNDEZ-BEAUMONT y GARCÍA, LUIS JOSÉ (2008): Organización y gestión de la empresa informativa. Síntesis, Madrid.

ARRESE, ÁNGEL (coordinador) (2003): Empresa informativa y mercados de la comunicación. Eunsa, Pamplona.

CARO GONZÁLEZ, FRANCISCO JAVIER (2007): Gestión de empresas informativas. McGraw-Hill, Madrid.

DANS, ENRIQUE (2010): Todo va a cambiar. Tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer. Deusto, Barcelona.

FIDLER, ROGER (1998): Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios. Granica, Buenos Aires.

FORUM EUROPA (2007): Los medios de comunicación en la arquitectura política del siglo XXI. Nueva Economía Fórum,

Madrid.

IGLESIAS, FRANCISCO (2001): Marketing periodístico. Ariel, Barcelona.

MEDINA LAVERÓN, MERCEDES (2005): Estructura y gestión de empresas audiovisuales. Eunsa, Pamplona.

MONTERO RODRÍGUEZ, FERNANDO (2005): Marketing de periódicos y revistas. Pirámide, Madrid.

NIETO, ALFONSO e IGLESIAS, FRANCISCO (2000): La empresa informativa. Ariel, Barcelona.

PISANI, FRANCIS y PIOTET, DOMINIQUE (2008): La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo. Paidós, Barcelona.

ROBLES GONZÁLEZ, GONZALO (2009): La empresa informativa como empresa de tendencia. Eunsa, Pamplona.

SÁNCHEZ-TABERNERO, ALFONSO (2000): Dirección estratégica de empresas de comunicación. Cátedra. Madrid.

SÁNCHEZ-TABERNERO, ALFONSO (2008): Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia. Deusto/Planeta de Agostini, Barcelona.

#### Bibliografía Complementaria

ALAMEDA GARCÍA, DAVID (2006): Una nueva realidad publicitaria. Laberinto, Madrid.

ALBRECHT, KARL (1996): La misión de la empresa: definir el espíritu, establecer los propósitos, fijar el rumbo. Paidós, Barcelona.

BECKWITH, SANDRA (2004): Planes completos de publicidad. Deusto, Barcelona.

COSTAFREDA, ALBERT y LÓPEZ LITA, RAFAEL (2001): La empresa dinámica. Guía para la gestión del cambio. Ediciones Ciencias sociales, Madrid.

MARTÍ PARREÑO, JOSÉ (2009): Marketing y publicidad en internet. Starbook, Madrid.

OSTERWALDER, ALEXANDER (2011): Generación de modelos de negocio. Deusto, S.A. Ediciones

SCOLARI, CARLOS (2008): Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Gedisa, Barcelona.

VILLAFAÑE, JUSTO (1999): La gestión profesional de la imagen corporativa. Pirámide, Madrid.

ZURITA, JOSÉ LUIS (2019): La Tarde, 55 años de periodismo tinerfeño (1927-1982). El ocaso de la prensa vespertina en España. Gobierno de Canarias, Santa Cruz de Tenerife.

#### Otros Recursos

Sitios webs:

Asociación Española de Anunciantes: <http://www.aea.es>

Asociación Española de Agencias de Publicidad: <http://www.aep.es>

Asociación Española de Prensa Gratuita: <http://www.aepg.es>

Asociación de Investigación de Medios de Comunicación: <http://www.aimc.es>

Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial: <http://www.autocontrol.es>

Asociación de la Prensa de Santa Cruz de Tenerife: <http://www.aptenerife.es>

Federación de Asociaciones de Periodistas de España: <http://www.fape.es>

Fundación del Español Urgente: <http://www.fundeu.es>

La web de empresa 2.0: <http://www.webempresa20.com>

Observatorio de Comunicación Canarias-África: <http://www.calimared.org>

Reporteros sin Fronteras: <http://www.rsf-es.org>

Blogs:

<http://www.clasesdeperiodismo.com>  
<http://digital-distribution.org>  
<http://robertoigarza.wordpress.com>  
<http://www.didaclee.es>  
<http://www.ecuaderno.com>  
<http://labuenaprensa.blogspot.com>  
<http://periodistas21.blogspot.com>  
<http://joseluiszurita.com>

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

La **Evaluación Continua** consta de las siguientes pruebas:

1. Dos pruebas parciales teóricas eliminatorias (su media es el 55 % de la calificación final).
2. Trabajo/Proyecto de Empresa (35 % de la calificación final).
3. Participación activa en clase (10 % de la calificación final).

No se hace media de las pruebas parciales con una nota inferior a 5.

La realización y superación del Proyecto de Empresa es obligatoria para poder aprobar la asignatura. Se deberá entregar ajustándose a los criterios que marque el docente.

El que suspenda uno de los dos parciales deberá recuperarlo en una prueba que se realizará el mismo día de las convocatorias oficiales.

Las pruebas parciales teóricas consistirán en preguntas tipo test. Se penalizarán las respuestas erróneas.

Si se suspenden los dos parciales se hará una prueba final que constará de:

1. Prueba objetiva tipo test de nociones teóricas. Se penalizarán las respuestas erróneas.
2. Prueba práctica. Suspende quien cometa diez o más faltas ortográficas.

La nota que resulte de la media de estas dos pruebas (no se hará media si alguna de las dos tiene una nota inferior a 5) supondrá el 55 % de la nota final, que se sumará a los distintos porcentajes previstos en la Evaluación Continua: Trabajo/Proyecto de Empresa (35 %) y participación activa en clase (10 %).

Quienes decidan acogerse a la Evaluación Continua y trasladen su calificación final a ulteriores convocatorias oficiales dentro del mismo curso académico, se les respetará la calificación obtenida en las distintas pruebas evaluativas que hubiese superado. De esta forma, solo deberá recuperar las pruebas no superadas.

La participación activa en clase se valorará considerando la asistencia a clase, tutorías presenciales y virtuales, dotes de liderazgo y de comunicación... y la participación en el foro del Aula Virtual de la asignatura. Quienes falten a clase más de un 20 % durante el curso académico pasarán de forma automática a la Evaluación Alternativa.

En el caso de que no se pueda realizar la Evaluación Continua o se renuncie a ella, de acuerdo con los supuestos de excepcionalidad contemplados en la normativa de evaluación de la ULL, se realizará una **Evaluación Alternativa** en la



convocatoria oficial pertinente y que consta de las siguientes pruebas:

1. Prueba de desarrollo objetiva tipo test, penalizándose las respuestas erróneas (45 % de la calificación).
2. Prueba de desarrollo práctica (25 % de la calificación). Suspendará quien cometa diez o más faltas ortográficas.
3. Presentación del Trabajo/Proyecto de Empresa (30 % de la calificación). Deberá entregarse el día de la convocatoria oficial y se ajustará a los criterios marcados por el docente para la evaluación continua. Suspendará quien cometa diez o más faltas ortográficas.

Para hacer media de cara a la calificación final, es requisito indispensable no sacar menos de 5 en cada una de las pruebas. En caso de no superar una, dos o tres partes, la nota final será la más baja obtenida.

Los alumnos que opten por la Evaluación Alternativa deberán comunicárselo por escrito al profesor de la asignatura durante los treinta primeros días del curso.

#### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG6], [CE31], [CE24], [CE22], [CE17], [CE2]	Tipo test.	55,00 %
Trabajos y proyectos	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG6], [CE24], [CE22], [CE17]	Se valorará la creatividad, coherencia, argumentación, organización, presentación, creatividad, innovación, correcta redacción, caligrafía y ortografía.	35,00 %
Escalas de actitudes	[CB3], [CE22], [CE17]	Se valorará la participación en clase y asistencia, tutorías, interés por la asignatura, dotes de comunicación... y la participación en el Aula Virtual de la asignatura a través de su Foro.	10,00 %

## 10. Resultados de Aprendizaje

Los resultados de aprendizaje, esto es, lo que los estudiantes deben ser capaces de hacer al finalizar la asignatura, pueden consultarse en el apartado 5 "Competencias Específicas" de esta guía docente, puesto que las competencias asociadas a la asignatura han sido redactadas en términos de resultados de aprendizaje a fin de facilitar su evaluación.

## 11. Cronograma / calendario de la asignatura

### Descripción

La distribución de los temas por semana es orientativo, puede sufrir cambios según las necesidades de organización docente. En cuanto a los parciales y trabajos, se proponen las siguientes fechas:

Primer parcial --> Semana 8.

Segundo parcial --> Semana 15 a 17.

Trabajo --> Semana 15 a 17.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Presentación	Presentación de la asignatura y clase práctica.	3.50	4.00	7.50
Semana 2:	Tema 1 y 2	Explicar temas y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	8.00	11.50
Semana 3:	Tema 3 y 4	Explicar temas y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	6.00	9.50
Semana 4:	Temas 5 y 6	Explicar tema y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	6.00	9.50
Semana 5:	Temas 7 y 8	Explicar temas y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	6.00	9.50
Semana 6:	Tema 9	Explicar tema y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	6.00	9.50
Semana 7:	Tema 10 y 11	Explicar temas y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	6.00	9.50
Semana 8:	Tema 12 y 13	Primer parcial. Explicar temas y primer parcial. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	4.00	7.50
Semana 9:	Temas 14 y 15	Explicar temas y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	4.00	7.50
Semana 10:	Tema 16 y 17	Explicar temas y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	4.00	7.50
Semana 11:	Tema 18	Explicar tema y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	6.00	9.50

Semana 12:	Tema 19	Explicar tema y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	6.00	9.50
Semana 13:	Tema 20 y 21	Explicar temas y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	8.00	11.50
Semana 14:	Temas 22 y 23	Explicar temas y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	3.50	6.00	9.50
Semana 15 a 17:		Segundo parcial y clase práctica. Lecturas, realización de trabajos, consulta del Aula Virtual...	11.00	10.00	21.00
<b>Total</b>			<b>60.00</b>	<b>90.00</b>	<b>150.00</b>
<b>Segundo cuatrimestre</b>					
<b>Semana</b>	<b>Temas</b>	<b>Actividades de enseñanza aprendizaje</b>	<b>Horas de trabajo presencial</b>	<b>Horas de trabajo autónomo</b>	<b>Total</b>
Semana 1:			0.00	0.00	0.00
Semana 2:			0.00	0.00	0.00
Semana 3:			0.00	0.00	0.00
Semana 4:			0.00	0.00	0.00
Semana 5:			0.00	0.00	0.00
Semana 6:			0.00	0.00	0.00
Semana 7:			0.00	0.00	0.00
Semana 8:			0.00	0.00	0.00
Semana 9:			0.00	0.00	0.00
Semana 10:			0.00	0.00	0.00
Semana 11:			0.00	0.00	0.00
Semana 12:			0.00	0.00	0.00
Semana 13:			0.00	0.00	0.00
Semana 14:			0.00	0.00	0.00
Semana 15 a 17:			0.00	0.00	0.00

	Total	0.00	0.00	0.00
--	-------	------	------	------