

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	36629
Nombre	Empresa informativa
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	4	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1334 - Grado en Periodismo	7 - Información periodística y su tecnología	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
IRANZO CABRERA, MARIA	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Es una asignatura teórica del último curso del grado de Periodismo destinada a capacitar al alumnado en la creación y desarrollo de un proyecto empresarial viable. Se inicia dando a conocer cómo se estructuran las sociedades mercantiles en general y las propias de los medios de comunicación en particular. La materia es de suma importancia en un momento como el actual, donde tanto los medios de comunicación como las sociedades mercantiles están experimentando una transformación que marcará la forma de ejercer el periodismo. En ella el estudiantado se adentrará en el proceso de puesta en marcha de una actividad económica y la constitución de una sociedad mercantil.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Tras la introducción general a la economía actual recibida en el primer curso, la teoría e historia del periodismo introdujo al estudiantado en diversos modelos de empresas periodísticas desarrollados a lo largo de los años. La relación más próxima con esta materia la tiene Estructura de la Comunicación, conocimiento previo necesario para conocer a fondo en esta asignatura los entresijos empresariales del periodismo.

COMPETENCIAS

1334 - Grado en Periodismo

- 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.
- 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.
- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- Que los estudiantes tengan capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.
- Que los estudiantes sean capaces de obtener y seleccionar la información y las fuentes relevantes para la solución de problemas y la elaboración de estrategias.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.
- Comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con algunos de ellos de uso corriente en los medios de comunicación y capacidad y habilidad para saber utilizar datos y estadísticas de manera correcta y comprensible para la divulgación mayoritaria.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE



- Conocer los conceptos básicos sobre la naturaleza, estructura y organización de la empresa informativa.
- Conocer las diferentes modalidades de financiación del periodismo, así como sus principales gastos.
- Capacidad para desenvolverse con soltura en el proceso de puesta en marcha de una actividad económica y la constitución de una sociedad mercantil.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Concepto y evolución de la empresa informativa

2. Estructura de la empresa informativa

- Tipología de sociedades mercantiles

3. Ingresos y gastos de la empresa informativa

- Fuentes de financiación
- Contabilidad
- Fiscalidad
- Recursos humanos

4. Comercialización del producto de la empresa informativa

- Marketing estratégico
- Marketing operativo

5. Distribución y promoción del producto informativo

6. Puesta en marcha de un nuevo proyecto empresarial

- Plan de empresa
- Rentabilidad y viabilidad



VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	60,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	40,00	0
Elaboración de trabajos individuales	20,00	0
Preparación de actividades de evaluación	30,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases magistrales, donde se expondrán los contenidos teóricos de la asignatura
- Actividades y ejercicios prácticos individuales para consolidar la adquisición de competencias
- Trabajo final grupal: diseño del plan de empresa

EVALUACIÓN

1ª CONVOCATORIA

La nota final de esta asignatura se obtendrá de la nota obtenida en las siguientes partes evaluadas:

- Realización de un examen sobre la materia de las clases teóricas y prácticas en el día señalado (60%)
- Trabajo final colectivo: elaboración del plan de empresa (30%)
- Evaluación de la participación activa del alumno en todas las actividades y prácticas que se proponen (10%)

Para que todos los elementos de la evaluación puedan hacer media, el alumno tendrá que obtener un mínimo de 5 sobre 10 puntos en el examen.

2ª CONVOCATORIA

La nota final de esta asignatura se obtendrá de la nota obtenida en las siguientes partes evaluadas:

- Realización de un examen sobre la materia de las clases teóricas en el día señalado (60%)
- Ensayo argumentativo individual a partir de un libro sugerido por el/la profesor/a (40%)

Para que todos los elementos de la evaluación puedan hacer media, el alumno tendrá que obtener un mínimo de 5 sobre 10 puntos en el examen.

Atención:



La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas, y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta o la composición con la ayuda de inteligencia artificial (ChatGPT u otros).

En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación de un estudiante, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero y suponer la suspensión de la convocatoria, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.

También se considerarán faltas graves, y por tanto pueden suponer la suspensión inmediata de la convocatoria, copia o facilitar la copia de trabajos entre alumnado del grado; acceder irregularmente o apropiarse anticipadamente del contenido de una prueba o examen; facilitar o procurar la apropiación, alteración o destrucción posterior del contenido o de los resultados de una actividad evaluable y la suplantación de la persona en exámenes. Cuando se detectan las faltas graves señaladas en este punto, el o la docente deberá comunicarlo a la coordinación del Grado.

La presentación de trabajos y/o exámenes con faltas de ortografías u ortotipográficas y/o errores de sintaxis, coherencia o redacción será penalizado y puede llegar a suponer la suspensión de dicha prueba.

REFERENCIAS

Básicas

- AMAT, O. (2008): Contabilidad y finanzas para no financieros. Barcelona: Deusto
- ARRESE, Á. (2004): Empresa informativa y mercados de la comunicación. Navarra: EUNSA
- AGUADO, G.; GALÁN, J.; FERNÁNDEZ-BEAUMONT, J.; GARCÍA, L.J. (2008): Organización y gestión de la Empresa Informativa. Madrid: Síntesis
- CEBRIÁN, M. (2012): Periodismo empresarial e institucional. Madrid: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones
- DE MATEO PÉREZ, R.; BERGÉS SAURA, L.; SABATER CASALS, M. (2009): Gestión de empresas de comunicación, Sevilla: Comunicación Social
- NÚÑEZ FERNÁNDEZ, V.; PEINADO MIGUEL, F.; PÉREZ SERRANO, M.J. (2022): La empresa informativa en la era digital, Madrid: CEF
- YUSTE, B.; CABRERA, M. (2004): Emprender en periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya



Complementarias

- FUENTES FUENTES, M. M. (2012): Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas. Madrid: Pirámide

