

FACULTAD DE COMUNICACIÓN



**GRADO EN PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN
DE EVENTOS**

**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA
UNIVERSITARIA**

GUÍA DOCENTE

**EMPRESA Y ESTRUCTURAS DE LA
COMUNICACIÓN**

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	Grado en Protocolo y Organización de eventos
Facultad:	Ciencias de la Comunicación
Departamento/Instituto:	Instituto Universitario de Protocolo
Módulo:	Empresa
Denominación de la asignatura:	Empresa y Estructuras de la Comunicación
Código:	15007
Curso:	Segundo
Semestre:	Primero
Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa):	Básica
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Lengua vehicular:	Castellano
Docente:	Gabriel Sánchez Rodríguez
Página web: www.ucjc.edu	

2. REQUISITOS PREVIOS.

Esenciales:
Las propias del título.
Aconsejables:
Dominio previo de la asignatura Introducción de la Economía y del Derecho de la Información y la Comunicación

3. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS.

Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura.
Esta asignatura pertenece a la materia de Empresa. Constituye una de las asignaturas de formación básica
Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.
Esta asignatura pretende se interrelaciona con todas las asignaturas específicas de la Comunicación, así como la asignatura Introducción a la Economía.
Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.
-Identificación y valoración de los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma. -Análisis de los diferentes componentes de la estructura del sistema audiovisual: Prensa, Radio, Televisión y Cine. -Conocimiento de los grupos audiovisuales más importantes, estudio de su origen, comprensión acerca de cómo están organizadas las empresas que los conforman y cuál ha sido su evolución. -Aplicación del conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA.

Competencias Genéricas	Resultados de aprendizaje relacionados con las competencias genéricas
<p>CG1. 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.</p> <p>CG3. 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.</p> <p>CG5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p>	<p>Resultado de aprendizaje CG1: Ser capaz de tener una visión global de los actos, su gestión presupuestaria y financiera.</p> <p>Resultado de aprendizaje CG3. Ser capaz de entender el entorno empresarial del mercado de eventos.</p> <p>Resultados de aprendizaje CG5. Adquirir una visión global de la empresa informativa como unidad, con una organización definida y unos medios humanos y materiales para conseguir unos objetivos.</p>

Competencias Específicas	Resultados de aprendizaje relacionados con las competencias específicas
<p>CE3. Ser capaz de entender el entorno empresarial del mercado de eventos.</p> <p>CE4. Ser capaz de tener una visión global de los actos, su gestión presupuestaria y financiera</p> <p>CE15. Capacitar para conocer y desarrollar los principios de la responsabilidad social y promover los valores de la sostenibilidad en el marco de la organización de eventos, el protocolo y las relaciones institucionales.</p>	<p>Resultado de aprendizaje CE3. Explicar y analizar los principales modelos de empresas informativas Analizar de forma teórica los distintos comportamientos de la empresa informativa.</p> <p>Resultado de aprendizaje CE4. Analizar del funcionamiento de la empresa informativa como un sistema de gestión que incluye diversas áreas funcionales. Adquirir una visión global de la empresa informativa como unidad, con una organización definida y unos medios humanos y materiales para conseguir unos objetivos.</p> <p>Resultado de aprendizaje CE15. Identificar los elementos que definen la responsabilidad social corporativa</p>

5. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

Tema 1. La empresa y el empresario. Dimensión social, empresarial y formativa de los medios de comunicación.

Tema 2. Los medios de comunicación en la sociedad actual. Grandes grupos de comunicación en España e internacionales.

Tema 3. La función comercial en la empresa de comunicación.

Tema 4. La función de producción.

Tema 5. Relaciones laborales: la Dirección y los Recursos Humanos de la empresa de comunicación.

Tema 6. Las escalas de medida.

Tema 7. La función Financiación/Inversión

Tema 8. Contabilidad y análisis contable de una empresa de comunicación. Empresa pública y privada.

6. CRONOGRAMA

Unidades didácticas/Temas	Periodo temporal
Tema 1	Septiembre
Tema 2	Octubre
Tema 3	Octubre
Tema 4	Noviembre
Tema 5	Noviembre
Tema 6	Diciembre
Tema 7	Diciembre
Tema 8	Enero

7. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

Modalidad Organizativa	Método de enseñanza	Competencias relacionadas	Horas presenc.	Horas trabajo autónomo del alumno	Total de horas
Clases teóricas	Clases magistrales	CG1, CG3, CE 3, CE4, CE 15	30	2	32
Clases prácticas	Aprendizaje basado en la experiencia.	CG1, CG3, CE3	26	1	27
Trabajos en grupo	Aprendizaje basado en la cooperación	CG1, CG3, CE4.	5	11	16
Debates dirigidos	Aprendizaje basado en problemas	CG1, CG3, CE, 3 y CE4.	2	8	10
Tutorías	Tutoría presencial y a través de TIC	CG1, CG3, CE 3 y CE4.	11	1	12
Preparación clase teóricas	Trabajo y estudio individual	CG1, CG3, CE 3, CE4 Y CE 15	0	14	14
Preparación trabajos clases presenciales	Trabajo y estudio individual	CG1, CG3	0	24	24
Estudios de exámenes	Trabajo y estudio individual		0	15	15
Total Horas			74	76	150

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Actividad de evaluación	Criterios de evaluación	Valoración respecto a la calificación final (%)
Pruebas de evaluación de desarrollo	Conocimiento teórico de la materia	40%
Realización de prácticas y ejercicios puntuales	Aplicación coherente de contenidos teóricos. Capacidad de síntesis y originalidad.	15%
Plan de empresa	Aplicación coherente de contenidos teóricos. Cumplimiento del compromiso adquirido con el grupo de trabajo	20%
Participación y asistencia	Participación en las clases	25%

CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

Los ejercicios y trabajos planteados se deberán entregar correctamente en el plazo marcado y en el plazo estipulado. No se aceptará ningún trabajo y ejercicio entregado fuera de plazo.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En convocatoria extraordinaria se aplicarán los mismos criterios que en convocatoria ordinaria.

FALTAS DE ORTOGRAFÍA:

En cuanto a las faltas de ortografía, y como norma general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves se contabilizarán como dos puntos menos y tres faltas graves se contabilizarán como un suspenso en el ejercicio o examen que las contenga. Respecto a las faltas de ortografía leves (acentos y mayúsculas), cada dos faltas leves supondrán una grave con la misma equivalencia.

FALTAS DE INTEGRIDAD ACADÉMICA:

Las faltas de integridad académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos, uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, etc.), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación, sin perjuicio de las acciones sancionadoras establecidas por la Universidad.

9. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

BUSTAMANTE, E.: *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Gedisa. 2002.

- QUIRÓS, F.: *Estructura internacional de la información. El poder mediático en la era de la globalización*. Madrid: Síntesis, 1998.

Bibliografía complementaria

AGUADO GUADALUPE, G.: *OJD y el control de la difusión de prensa en España*. Ariel Comunicación, 1996.

- ARROYO, M.; ROEL, M.: *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005)*. Fragua comunicación. 2006.
- GIORDANO E.; ZELLER, C.: *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*. Icaria – Antrazyt. 2000.
- JAUSET, J. *La investigación de audiencias en televisión*. Barcelona: Paidós, 2000.
- LÓPEZ GARCÍA, G.: *Modelos de comunicación en Internet*. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2005.
- VV.AA.: *Democracia y medios de comunicación*. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2002.
- VV.AA.: *30 años de recuerdos. Estudio General de Medios (1968-1998)*. AIMC, 1998.
- CHION, Michel. *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós, 1998.
- MCQUAIL, Dennis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1994.
- NIGHTINGALE, Virginia. *El estudio de las audiencias*. Barcelona: Paidós, 1999.
- RODRIGO ALSINA, M. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidos, 1989.
- WOLF, Mauro. *Los efectos sociales de los media* [Traducción de Lamberto Chiti]. Barcelona: Paidós, 1994.
- ZUNZUNEGUI, Santos. *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra / Universidad del País Vasco, 1995.

10.- OBSERVACIONES