

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**



**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA  
UNIVERSITARIA**

**GUÍA DOCENTE  
GRADO EN PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN  
DE EVENTOS**

**EMPRESA Y ESTRUCTURAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**CURSO ACADÉMICO 2015-2016**

## 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	GRADO EN PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
Facultad:	Facultad de 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:	Semipresencial
Lengua vehicular:	Castellano
Página web:	<a href="http://www.ucjc.edu">www.ucjc.edu</a>

## 2. REQUISITOS PREVIOS.

<b>Esenciales:</b>
Las propias del título
<b>Aconsejables:</b>
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.

<b>Campo de conocimiento al pertenece la asignatura.</b>
Esta asignatura pertenece a la materia de Empresa. Constituye una de las asignaturas de formación básica.
<b>Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.</b>
Esta asignatura pretende se interrelaciona con todas las asignaturas específicas de la Comunicación, así como la asignatura Introducción a la Economía.
<b>Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.</b>
-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.**

<b>COMPETENCIAS GENERALES</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS GENERALES</b>
<b>CG1.</b> 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	<b>Resultado de aprendizaje CG1:</b> Ser capaz de tener una visión global de los actos, su gestión presupuestaria y financiera
<b>CG3.</b> 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;	<b>Resultado de aprendizaje CG3.</b> Ser capaz de entender el entorno empresarial del mercado de eventos.

<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
<b>CE3.</b> Ser capaz de entender el entorno empresarial del mercado de eventos.	<b>Resultado de aprendizaje CE3.</b> Explicar y analizar los principales modelos de empresas informativas Analizar de forma teórica los distintos comportamientos de la empresa informativa.

<p><b>CE 4</b> Ser capaz de tener una visión global de los actos, su gestión presupuestaria y financiera</p>	<p><b>Resultado de aprendizaje CE4.</b>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><b>CE 15</b> 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><b>Resultado de aprendizaje CE15.</b>Identificar los elementos que definen la responsabilidad social corporativa.</p>

## 5. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

### PARTE I. INTRODUCCIÓN

**TEMA 1. LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO.** 1. El objeto y el método de la Economía de la Empresa. 2. Los elementos constitutivos de la empresa. 3. Las formas jurídicas de la empresa de comunicación. 4. Tipos de empresas de comunicación. 5. El empresario de la comunicación. Principales aportaciones teóricas.

#### TEMA 2. LAS ESCALAS DE MEDIDA.

1. El concepto de valor en un entorno de competitividad. 2. Los principios empresariales y las escalas de medida. La eficiencia técnica y la eficiencia económica. 3. La dimensión y la localización de la empresa de comunicación y su medida.

### PARTE II.- FUNCIÓN DE OPERACIONES DE LA EMPRESA DE COMUNICACIÓN.

**TEMA 3. LA FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN.** 1. El proceso productivo: Factores elementales. Configuración óptima de los medios de producción de una empresa de comunicación. 2. El proceso de planificación: El método PERT aplicado al entorno de la comunicación. 3. Dimensión y localización de la empresa de comunicación.

### PARTE III.- FUNCIÓN DE FINANCIACIÓN E INVERSIÓN: LA CONTABILIDAD DE UNA EMPRESA DE COMUNICACIÓN.

**TEMA 4. LA FUNCIÓN DE FINANCIACIÓN / INVERSIÓN.** 1. La financiación de la empresa de comunicación y las fuentes de financiación. 2. La inversión en la empresa de comunicación y las clases de inversiones.

**TEMA 5. CONTABILIDAD Y ANÁLISIS CONTABLE DE UNA EMPRESA DE COMUNICACIÓN.** 1. El Balance: Activo, Pasivo y Neto. 2. La Cuenta de Resultados: Pérdidas y Ganancias.

#### PARTE IV.- FUNCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN COMUNICATIVA.

**TEMA 6. LA FUNCIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA DE COMUNICACIÓN.** 1. Place: Investigación y segmentación del mercado de la comunicación. 2. Product: Concepto y clasificación de productos de comunicación. El ciclo de vida. La distribución comercial. 3. Promotion: Técnicas de promoción comercial. 4. Price: Concepto, naturaleza e importancia del precio en una empresa de comunicación.

#### PARTE V.- FUNCIÓN DE ORGANIZACIÓN.

**TEMA 7. RELACIONES LABORALES: LA DIRECCIÓN Y LOS RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA DE COMUNICACIÓN.** 1. La importancia de los recursos humanos en la empresa de comunicación: La motivación de los recursos humanos. 2. La política de personal: Concepto y dirección de personal. Objetivos e instrumentos. La planificación del personal en una empresa de comunicación. 3. La dirección empresarial: concepto y funciones. Niveles de dirección y estilos de dirección. Planificación, estrategia y táctica de un director de medios de comunicación. 4. La Dirección Estratégica como un factor clave para la toma de decisiones empresariales.

## 6. CRONOGRAMA

UNIDADES DIDÁCTICAS / TEMAS	PERÍODO TEMPORAL
Tema 1	Septiembre
Tema 2	Octubre
Tema 3	Octubre
Tema 4	Noviembre
Tema 5	Noviembre
Tema 6	Diciembre
Temas 7	Enero

## 7. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

MODALIDAD ORGANIZATIVA	MÉTODO DE ENSEÑANZA	COMPETENCIAS RELACIONADAS	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL DE HORAS
Clase teórica	Lección magistral	CG1,CG3,CE 3, CE4, CE 15	13	15	28
Clases prácticas, (resolución de casos, experimentos y problemas)	Estudio de casos Aprendizaje basado en problemas	CG1,CG3, CE3	10	14	24
Trabajo en grupo	Aprendizaje orientado a proyectos Aprendizaje basado en problemas Aprendizaje cooperativo	CG1,CG3,CE4.	1	3	4

Debates dirigidos	Aprendizaje orientado a proyectos Aprendizaje basado en problemas Aprendizaje cooperativo	CG1,CG3,CE4.	1	3	4
Preparación clases teóricas y prácticas	Estudio y trabajo autónomo	CG1,CG3,CE 3 y CE4.	0	56	56
Tutorías (planteamiento y resolución de dudas sobre contenidos teóricos)	Tutorías presenciales y a través de TIC	CG1,CG3,CE 3, CE4 Y CE 15	7	5	12
Estudio Examen	Estudio y trabajo autónomo	CG1,CG3	0	22	22
Total de horas			32	118	150

## 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Estudio de casos prácticos y resolución de ejercicios y problemas	Resultados de aplicar los conocimientos adquiridos en cada uno de los módulos a diferentes ejercicios.	30%
Prueba final	Ajuste a los contenidos determinados por el programa	50%
Asistencia y Participación activa en el aula. Foros	Asistencia de los alumnos y participación de los mismos en las diferentes clases y debates creados sobre la materia objeto de evaluación	20%

### 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.
- CHION, Michel. *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós, 1998.
- 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.
- 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: Paidós, 1989.
- 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.
- 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**

### **LECTURA OBLIGATORIA:**

DIAZ NOSTY, Bernardo: *Libro negro del periodismo en España*. APM, Madrid, 2011

Se evaluará conforme a los criterios generales de evaluación contenidos en el apartado 8.