UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA INFORMACIÓ

ADREÇA POSTAL: Bellaterra (Barcelona) - Telfs. 6920200 - 6921166 – Telex 52040

ECONOMIA DE LA INFORMACION

Facultad de Ciencias de la Información de la U.A.B.
Sección Periodismo.- Curso 3º (1982-1983)
Profesores: Mª Rosario de Mateo Pérez
Eugeni Giral

PROGRAMA

1.- **INTRODUCCION**

La información como realidad en el contexto socio-económico.- Contradicción entre interés privado y servicio público.- Interrelación de los aspectos político, social y económico de la empresa de información.

2.- **ESTUDIO DE LA ECONOMIA DE LA EMPRESA**

2.1.- Concepto de loseconómico.- Concepto de empresa: Fines y medios.- Factores de la producción.- Función técnica de producción; cálculo económico.- Función económica del empresario: Sus expectativas.- Inserción de la empresa en el contexto socio-económico: Estructura y coyuntura.- Sectores de actividad.

2.2.- Estructura de la propiedad.- La apropiación del beneficio.- Naturaleza jurídica y financiera.- Empresa privada: Individual y sociedades.- Empresa pública, monopolios estatales.- Empresa mixta.- Empresas en régimen socializado.- Ensayos reformistas.

2.3.- Estructura financiera.- Capital.- Activos inmovilizados y circulantes.- Acciones y obligaciones.- Autofinanciación.- Créditos.- Subvenciones y desgravaciones Retribución del capital y empresas no rentables.- Inversiones: Aspectos tecnológico, financiero, económico y político.

2.4.- Procesos productivos.- Medios materiales: Materias primas, materias auxiliares, bienes de equipo e insta

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA INFORMACIÓ

ADREÇA POSTAL: Bellaterra (Barcelona) - Telfs. 6920200 - 6921166 - Telex 52040

laciones.- Amortizaciones.- Factor humano: Sistemas de retribución.- Costes: Fijos y variables; primario, industrial y total; medio y marginal.- Productividad. Tipificación de productos.

2.5.- Comercialización.- Concepto de mercado: Oferta y demanda.- Política de precios.- Compras y ventas.- Canales de distribución.- Investigación de mercado.- Limitación de la competencia: Monopolios y oligopolios.- Publicidad.

2.6.- Organización, planificación y control.- Política de empresa: Previsiones y programas.- Organización administrativa.- Estructuras de responsabilidad y jerárquica.- Contabilidad informativa y de control.- Cuenta de explotación.- Balances, estadísticas y rendimientos.

3.- <u>ECONOMIA DE LA EMPRESA DE INFORMACIÓN</u>

3.1.- Concepto económico de la información.- La información como mercancía.- La industria de los medios de inform ción.- Especificidad de estos tipo de empresas.- Ambi te de estudio: Prensa escrita, radio, televisión y cine.

3.2.- La empresa de prensa escrita.

3.2.1.- Legislación que afecta a la empresa de prensa: r quisitos de constitución, registro.- Estructura la propiedad: Empresas privadas y dependientes d sector público; grupos y tendencia a la concentr ción.

3.2.2.- Ayudas financieras: Créditos, subvenciones, desg vaciones, primas.- Inversiones.

3.2.3.- Costes de producción intelectual: Redacción, doc

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA INFORMACIÓ

mentación, administración y agencias.- Costes de producción material: Materias primas, salarios, inversiones.- Costes de distribución.- Coste medio del ejemplar y variaciones.

3.2.4.- Ingresos: Ventas, suscripciones, publicidad.

3.2.5.- El mercado: Precio, saturación y sustitución.- Competencia intramedia e intermedia.- Consumidores primarios y secundarios.

3.2.6.- Organización de la empresa.- Planificación y control: Balances.

ANEXO: Estudio de la situación actual de la prensa escrita en Barcelona.

3.3.- Empresas de radio y televisión.

3.3.1.- Situación jurídica de las empresas de radiodifusión y televisión.- Estructura de propiedad: Ondas, empresas emisoras privadas y públicas.

3.3.2.- Esquema financiero de las explotaciones.- Inversiones.

3.3.3.- Costes de producción según alcance geográfico y contenido de los programas: Personal y técnico, creación de programas, redifusión, cadenas.- Costes de de distribución de la información: Equipo técnico y mantenimiento.

3.3.4.- Ingresos: Tasas, publicidad, subvenciones y otras ayudas.

3.3.5.- El mercado: demanda, saturación y sustitución, ritmo de difusión.- Competencia y monopolio: Tendencia a la concentración y agrupación.- Consumidores primarios y secundarios.

3.3.6.- Organización de las empresas.- Planificación y control.

ANEXO: Estudio de la situación actual de la televisión en España.

3.4.- Industria del cine.

3.4.1.- Situación socioeconómica.- Signos de decadencia.-

ADREÇA POSTAL: Bellaterra (Barcelona) - Telfs. 6920200 - 6921166 – Telex 52040

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA INFORMACIÓ

ADREÇA POSTAL: Bellaterra (Barcelona) - Telfs. 6920200 - 6921166 – Telex 52040

Descenso de la asistencia.- Transformación de la demenda.- Evolución de la creación.- Evolución de de las exportaciones.- Concurrencias.- Mercancía cinematográfica.

3.4.2.- Los costes de la industria del cine.
Particularidades de esta industria: papel de los "creadores", productores, distribuidores, exhibidores.- La película como prototipo.
Presupuesto de una película.- Influencia del guión y elección de los procedimientos.- La actividad de los productores y realizadores.- La distribución.- Importancia de la explotación.- Películas de arte y ensayo: Una preocupación particular.- Reparto de los ingresos de una película.

3.4.3.- Financiación del cine.
Diversos aportadores de capital: Productores, distribuidores, bancos.- Público.- Ayudas del Estado: Fondos de apoyo, fondos de compensación.

3.4.4.- La concentración.- Soluciones a la crisis.- El ejm ejemplo de Estados Unidos.

4.- <u>IMPLICACIONES SOCIALES DE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE INFORMACIONA</u>

4.1.- La información: Quién informa, sobre qué y con qué medios.- Base económica y superestructura ideológica: Represión versus dominación.- Análisis sociológico de productores y consumidores de información.- Papel del anunciante.- Estudio de las contradicciones en la escala jerárquica de la empresa: La redacción puente entre el consumidor y la empresa.- Influencia de la coyuntura sociopolítica en los productos de la información.

4.2.- La información: Mercado único.- Concurrencia o competencia.- La información como sector económico.- El coste global de la información.- Nuevo orden económico de la información.

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA INFORMACIÓ

ADREÇA POSTAL: Bellaterra (Barcelona) - Telfs. 6920200 - 6921166 - Telex 52040

BIBLIOGRAFIA

-ADORNO ,Theodor W.,Indutria cultural y sociedad de masas , Monte Avila ,Casacas, 1974.

-ALBERT ,P.,La presse française.-La documentation française , 1978.

-BALLESTERO , Enrique .- Principios de Economia de la Empresa , Alianza Universidad.

-BONELL , R. .-Le cinéma exploité , Paris Ed. du Seul , 1978.

-BUSTAMANTE , Enrique .- Los amos de la información en España , Akal editor,1982.

-CHANIAC , Regine .....-Les radios locales en Europe.

-FERNANDEZ PIRLA , J.Mª..-Economia y gestión de la empresa , ICE , Madrid,1976.

-GARCIA ECHEVARRIA,Santiago.-Introducción a la economia de la empresa,CECA ,Madrid, 1975.

-GAUTHIER G. , PILARD , Ph..-Television passive-Television active , Tema Editions, 1972.

-GUBACK , Thomas H..-La industria internacional del cine , 2 vols. , Editorial Fundamentos , Madrid , 1980.

-IGLESIAS , Fco..-Historia de una empresa periodística.Prensa española.Editora de ABC y Blanco y Negro.1891-1975 , Prensa Española , Madrid , 1980.

-LEFEBRE , Bruno .-Audiovisuel et telematique dans la cité , La documentation française , Paris 1979.

-Legislación de la prensa , información y publicidad,Ed Cintas S.A. , Madrid , 1976.

-MACHLUP ,Fritz.-The production and distribution of knowledge in the United States, Princeton University Press , New jersey ,1972.

-MATTELART , Armand.-Multinacionales y sistemas de comunicación.Los aparatos ideológicos del imperialismo , Siglo XXI.

-MIDDLETON , Karen P.,JUSSAWALLA ,Meheroo.-The economics of Communication.A selected Bibliography with abstracts , Pergamon Press , New York , 1980.

-MORCILLO , Antonio .-La concentración en los medios informativos y publicitarios , P.E.O.P. Madrid , 1969.

-NIETO , Alfonso .- La empresa periodística en España , EUNSA , 1967.

-NIETO , Alfonso .- La empresa periodistica en España , EUNSA , 1973.

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA INFORMACIÓ

OWEN, Bruce M., Television Economics, Heath and Co., Lexington, 1974.

QUAAL, W.; BROWN, J., Broadcast management: Radio-Televisión, Hasting House, New York, 1976.

PADRONI, Giovanni, Le aziende editoriali giornalistiche. Aspetti tecnico-organizzativi e politiche di gestione, Colombo Cursi editore, Pisa, 1971.

PINILLOS y SUAREZ, Pedro J., La empresa informativa. Prensa, radio, cine y televisión, ediciones del Castillo S.A.

ROSSE, J.; OWEN, B.; GREY, D., A Selected bibliography in the economics of Mass Media, Studies in Industry Economics, nº 11, Department of Economics, Stanford University, Stanford, California, 1970.

RUCKER, F; WILLIAMS, H., Organización y administración de periódicos, ed. Marymar, 197

SCHOWOEBEL, Jean, La empresa, el poder y el dinero, Dopesa, Barcelona.

SOLAROLI, L. Como se organiza un film, ed. Rialp, S.A., Madrid, 1972.

TALLON, José, Empresa y empresario de la información. Temas para un curso de empresa informativa, ed. Dóssat, S.A., 1981.

TOUSSAINT, Nadine, La Economía de la Información, Oikos Tau, Vilassar de Mar, 1979.

WILL, Nicolas, Essai sur la presse et le capital, Union Generale d'editions, 1976.

ADREÇA POSTAL: Bellaterra (Barcelona) - Telfs. 6920200 - 6921166 — Telex 52040

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA INFORMACIÓ

SISTEMAS DE EVALUACION

Los alumnos podrán acogerse a uno de los métodos de evaluación siguientes:

1.- Evaluación periódica a lo largo del curso.- Se realizará a través de las siguientes pruebas:
- prueba sobre el contenido del programa.
- Un trabajo de curso, realizado en equipo, desarrollando un tema relacionado con la asignatura. El tema y proyecto de trabajo se decidirá de acuerdo con el profesor.
- Lectura obligatoria de los libros propuestos.
- Se realizarán dos o tres pruebas de asimilación de los temas explicados a lo largo del curso.

2.- Examen final.- Comprenderá toda la materia del programa y se realizará en las fechas y condiciones que se determinen.

Los alumnos que opten por el primer sistema de evaluación, deberán obtener calificación suficiente en todas las pruebas realizadas.
Caso de no conseguirlo, o de no realizar la totalidad de las pruebas, podrán acogerse al examen final para superar la asignatura.

ADREÇA POSTAL: Bellaterra (Barcelona) - Telfs. 6920200 - 6921166 – Telex 52040