Codi: 20733

Projectes i Gestió de la Empresa Informativa

Tercer Curso

Grupos. 01, 02, 51, 52

Periodisme

Profesores: Rosario de Mateo, Eugeni Giral, Laura Bergés, Nuria Puig y otro a designar.

Objetivo de la asignatura

'Projectes i Gestió de la Empresa Informativa' se plantea como una asignatura teórico-práctica. En su enseñanza se combinarán:

- las explicaciones conceptuales sobre el funcionamiento de las empresas de medios impresos, audiovisuales, Publicidad y Relaciones Públicas consideradas como unidades económicas de producción, situándolas en el entorno económico y social en el que actúan.
- 2. Entendiendo el aprendizaje como un proceso activo, se aplicará la parte conceptual en la realización de las prácticas que consistirán, básicamente, en la elaboración de un proyecto para la creación y la gestión de una empresa informativa.

Temario

Empresa Informativa y Plan Empresarial

- 1. Concepto de empresa informativa.
- 2. Características específicas del producto informativo.
- 3. Clasificación de las empresas informativas.
- 4. Acceso a la actividad y plan empresarial.

II. Entorno general de la empresa informativa

- 1. Marco macroeconómico.
- 2. Variaciones del entorno general.

III. Análisis de la Industria Informativa

- 1. Componente económico del entorno específico.
- 2. Componenete sociopolítico.
- Componente tecnológico.

IV. Elementos, Política y Plan de Marketing

- 1. Concepto de marketing.
- 2. Mercado y tipos de mercado.
- 3. Política de marketing o marketing mix.
- Plan de marketing. Organización y costes.

V. Plan de Operaciones

- 1. La localización de la empresa.
- 2. La dimensión de la empresa.
- 3. Proyecto y elementos del plan de operaciones.
- 4. Los costes empresariales-

VI. Estructura organizativa

- 1. Características del empresario.
- 2. Estructuras organizativas clásicas.
- 3. Estructuras organizativas modernas.

VII. Plan Financiero

- 1. Financiación e Inversión.
- Fuentes de financiación de la empresa informativa.
- 3. Previsión económico-financiera.

VIII. La información económico-financiera

- 1. Balance. Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Memoria.
- 2. Instrumentos del análisis económico-financiero: ratios.
- 3. Equilibrio económico-financiero.
- 4. La valoración de la empresa.

IX. Estructura jurídico-económica

- 1. Empresa sin personalidad jurídica.
- 2. Empresa con personalidad jurídica.
- 3. Condiciones específicas para la empresa informativa.

X. Formalidades para la creación de una nueva empresa

Bibliografia

Collins, Richard; Garnham, Nicholas; Locksley, Gareth (1988): <u>The Economics of Television</u>. The UK Case, Sage Publications Ltd., London.

Díaz Mancisidor, Alberto (1984): <u>La empresa de radio en USA</u>, EUNSA, Pamplona.

Dizard, Wilson P. (1985): <u>The Coming Information Age: An Overview on Technology, Economics and Politics, Longman, New York.</u>

Dizard, Wilson P. (1994): Old Media - New Media, Longman, New York.

Guéry, Louis; Lebedel, Pierre (1991): <u>Comment créer et animer une publication</u>, Presse et Formation, Paris.

Hernández Carnicer, J.; Robles García, J.A.; Sanz Valdés, J. (1994): <u>Cómo crear una empresa</u>, ed. Mundi-Prensa, Madrid.

Iglesias, Francisco; Verdeja, Sam (1988): <u>Marketing y Gestión de Periódicos,</u> EUNSA, Pamplona.

Lavine, John M.; Wackman, Daniel B. (1992): <u>Gestión de empresas informativas</u>, ed. Rialp S.A., Madrid.

Le Roy, Bernard (1991): Gérer la fabrication d'un journal, Presse et Formation, Paris.

Mateo, Rosario de (1990): Els ajuts de l'Estat a la Premsa a l'Europa Occidental, Generalitat de Catalunya, Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona.

Mateo, Rosario de (ed.) (1988): <u>La Empresa Periodística en los Ochenta</u>, Fundación Conde de Barcelona-La Vanguardia, Barcelona.

Nieto, Alfonso; Iglesias, Francisco (1993): Empresa Informativa, ed. Ariel S.A. (Col. Ariel Comunicación), Barcelona.

Rodrigo Illera, Carlos (1992): <u>Fundamentos de Economia de la Empresa I y II</u>, ed. Pirámide S.A., Madrid.

Sánchez-Tabernero, Alfonso et alt. (1993): <u>Concentración de la Comunicación en</u>
<u>Europa</u>, Generalitat de Catalunya, Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona.

Sherman, B.L. (1995): <u>Telecommunications Management</u>. Broadcasting, Cable and the new technologies, Mc Graw Hill, New York.

Tallón, José (1987): <u>Economía de la Información</u>. Apuntes para un curso de Empresa Informativa, Madrid. Toussaint, Nadine (1979): La economía de la información, Oikos Tau, Vilassar de Mar.

Zallo, Ramón (1988): Economía de la Comunicación y la Cultura, ed. Akal S.A., Madrid.

The Euromedia Research Group (1992): <u>The Media in Western Europe</u>. The Euromedia Handbook, Sage Publications Ltd., London.

Valle, Vicente del; Gómez Agüero, JoséL. (1994): <u>Economía y organización de</u> <u>Empresas</u>, MacGraw Hill, Madrid.

Métodos de evaluación

Para aprobar la asignatura se puede optar por uno de los dos métodos de evaluación siguientes:

1. La evaluación continuada a través de:

 -las clases prácticas en las que se elaborará un proyecto para la creación y la gestión de una empresa informativa

-y la realización de una prueba final de conocimientos teóricos.

 Una prueba teórico-práctica al final del periodo lectivo como única base de evaluación de los conocimientos adquiridos por el estudiante.

UV-VB

Departament de Periodisme