

CURSO ACADÉMICO: 2011-2012

LICENCIATURA: Periodismo

CURSO: Tercero

Código: 20733

Asignatura: Proyectos y gestión de la empresa informativa

Tipo de asignatura: troncal

Nº de créditos: 10

Profesorado: Rosario de Mateo (castellano); Laura Bergés (catalán); Anna Garnatxe (catalán); Marta Sabater (catalán); Pepa Muñoz (catalán)

Semestre: primero

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

'Proyectos y Gestión de la Empresa Informativa' se plantea como una asignatura teórico-práctica. En su enseñanza se combinarán:

1. las explicaciones conceptuales sobre el funcionamiento de las empresas de medios impresos, audiovisuales, electrónicos, 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:

I. Empresa Informativa y Plan Empresarial

1. Concepto de empresa informativa.
2. Características específicas del producto informativo.
3. 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. Oferta: clasificación de las empresas informativas.
2. Demanda: los mercados de la industria informativa
3. Intervenciones administrativas
4. Otros componentes en el análisis de la industria informativa

IV. Elementos, Política y Plan de Marketing

1. Concepto de marketing.
2. Mercado y tipos de mercado.
3. Política de marketing o *marketing mix*.
4. 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.
2. 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

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- DE MATEO, Rosario; Laura BERGÉS; Marta SABATER (2009) *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.
- PICARD, Robert (2002). *The Economics and Financing of Media Companies*. New York: Fordham University Press
- SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso (2000). *Dirección estratégica de empresas de comunicación*. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen.
- DE MATEO, Rosario; Laura BERGÉS (2011). “Reflexiones sobre el proceso de cambios en la estructura de la industria de la comunicación y en la gestión empresarial”, En: Francisco CAMPOS (ccord.) *El nuevo escenario mediático*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.
- DE MATEO, Rosario; Laura BERGÉS; Anna GARNATXE (2010) “Crisis, ¿qué crisis?: Los medios de comunicación: empresas y periodismo en tiempos de crisis”. En: Francisco CAMPOS (ccord.) *El cambio mediático*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

COMPLEMENTARIA:

- ALEXANDER, A. James OWERS y Rod CARVETH (eds.) (1993). *Media Economics. Theory and Practice*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- ALBARRAN A.B. S.M. CHAN-OLMSTED y M. O. WIRTH (eds.) (2006) *Handbook of Media Management and Economics*. London, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- ARMENTIA, J. y otros (2000) *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona: Bosch.
- ARRESE, Ángel (2003) *Empresa informativa y mercados de la comunicación*. Pamplona: EUNSA.
- ASENSI, J.M. y M^a M. ESQUEMBRE (1998) *Derecho de la información. Normativa básica y desarrollo*. València: Tirant lo Blanc.
- AZURMENDI, Ana (2001) *Derecho de la información. Guía jurídica para profesionales de la comunicación*. Navarra: EUNSA 2^a ed.
- BUSTAMANTE, Enrique (1999). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa
- (2003) (cood.): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Industrias culturales en la Era Digital*. Barcelona: Gedisa
- CAC (1998-2010). *Informe de l'audiovisual a Catalunya..* Barcelona: CAC.
- CAMPOS, Francisco (coord.) (2010) *El cambio mediático*. Zamora/sevilla: Comunicación Social
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2007) *Commission staff working document: Media pluralism in the member states of the European Union*. SEC(2007) 32, January.
- (2006) *Study on economic implications of new communication technologies on the audiovisual markets*. Contractor: Norcotel.
- http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/info_centre/library/studies/index_en.htm

COMPAINE, B.M. y Douglas GOMERY (2000) *Who owns the Media. Competition and Concentration in the Mass Media*, 3rd edition, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum

CROTEAU, David y William IONES (2001) *The business of media: corporate media and the public interest*. Thousand Oaks: Pine Forge.

EUROMEDIA RESEARCH GROUP (2007) *Media Policy in Europe: Power, Performance, & Politics*. Baden-Baden: Nomos.

GAPTEL (2006) *Contenidos digitales. Nuevos modelos de distribución Online*. Madrid: Red.es

IGLESIAS, Francisco y Sam VERDEJA (1988). *Márketing y gestión de periódicos*. Pamplona: Universidad de Navarra.

MATEO, Rosario de

(1984) *Periodismo empresarial: el consumo de prensa escrita*. Barcelona: Mitre.

(ed.) (1988) *La empresa periodística en los ochenta*. Barcelona: Fundación Conde de Barcelona.

(1990) *Els ajuts de l'estat a la premsa a l'Europa Occidental. Anàlisi comparada de les les polítiques de 17 països*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.

MATEO, Rosario de; Laura BERGÉS (2009) *Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (2001). *El mercado de trabajo en la producción para televisión*. Madrid: Instituto Nacional de Empleo.

MORAGAS, Miquel et alt. (eds.) (2009). *Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008*. Barcelona: generalitat de Catalunya..

OIT. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2000) *Las tecnologías de la información en las industrias de los medios de comunicación y del espectáculo: Sus repercusiones en el empleo, las condiciones de trabajo y las relaciones laborales*. Ginebra: OIT.

PAVLICK, J.V. (2005) *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

RAYBURN, Dan (2005) *The business of Streaming and Digital Media*. Amsterdam: Focal.

SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso y otros (1997). *Estrategias de márketing de las empresas de televisión en España*. Pamplona: Eunsa.

METODOLOGÍA DOCENTE:

TEORÍA

Explicación de los contenidos teóricos sobre empresa informativa, necesarios para la realización simultánea de la práctica

PRÁCTICAS:

Desarrollo de un plan empresarial que contiene el análisis del entorno general y específico en que se sitúa la empresa informativa, el plan de márketing, el plan de

operaciones y estructura organizativa, el plan financiero y las cuentas anuales, y la estructura jurídico-económica.

SISTEMA 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 dos pruebas parciales de conocimientos teóricos.

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

OTRAS CUESTIONES

OBSERVACIONES

Las prácticas se realizan en aulas informáticas

Fecha

Firma del Cap de Departament