

MÀSTER DE MITJANS, COMUNICACIÓ I CULTURA

GUIA DOCENT





1. Dades del mòdul

Nom del mòdul	Gestió i mercats de la comunicació
Codi	42445
Crèdits ECTS	6 (Optativo)
Curs i període en el que s'imparteix	2012-2013 Primer semestre (3 Octubre-12 Diciembre)
Horari	Miércoles, 15-18 h.
Lloc on s'imparteix	Facultat de Ciències de la Comunicació
Llengua vehicular majoritària	Castellano

Professor/a de contacte

Nom professor/a

Rosario de Mateo Pérez

e-mail



3.- Prerequisits

4.- Contextualització i objectius

En la societat actual, l'estudi de la comunicació no es pot entendre sense fer referència als canvis continuats en la indústria i el negoci de la comunicació. Per tal de poder desenvolupar noves propostes de negoci, així com per analitzar aquesta indústria amb capacitat crítica, es fa necessari, doncs, conèixer tant els aspectes econòmics, com els polítics, tecnològics i socials que hi incideixen i que, per tant, condicionen les actituds polítiques i culturals, les opinions i els comportaments de les audiències que consumeixen els seus productes.

Objectius:

Conèixer les dinàmiques dels mercats de la indústria de la comunicació i el paper que hi juguen les tècniques de gestió empresarial.



5.- Competències i resultats d'aprenentatge

Competència	CE1. Ser capaz de planificar y dirigir proyectos de investigación básica y aplicada en comunicación mediática y cultura.
Resultats d'aprenentatge	E3.1. Generar ideas y soluciones innovadoras y competitivas en relación a la gestión de medios de comunicación. E3.2. Desarrollar proyectos de investigación sobre la economía de la comunicación.
Competència	CE5. Saber analizar el impacto de las estrategias de los grupos mediáticos en los procesos de comunicación social con el fin de promover nuevas formas de cultura y comunicación participativas.
Resultats d'aprenentatge	E5.1. Reconocer el alcance y la aplicación de los principios económicos en el funcionamiento de la industria de la comunicación E5.2. Identificar los factores específicos de la gestión de empresas de comunicación. E5.3. Reconocer e identificar los aspectos políticos y sociales y su relación con la gestión de medios de comunicación y las dinámicas de los mercados de la comunicación.

6.- Continguts

1. Anàlisi de les transformacions estructurals en la indústria de la comunicació: transformacions tecnològiques, polítiques, econòmiques i culturals.
2. Estratègies de gestió en les empreses de mitjans de comunicació: desenvolupament de nous models de negoci.
3. Metodologies per a l'anàlisi de la indústria i les empreses de comunicació.



7.- Metodologia docent i activitats formatives

1. Classes magistrals
2. Estudi de casos d'estratègies d'empreses de comunicació.
3. Lectura
4. Tutories
5. Realització del treball de curs:
 - Seleccionar un cas d'empresa de comunicació que hagi introduït algun canvi en la gestió empresarial, per exemple, el llançament d'un nou producte, canvi en les polítiques de preu, canvis en el sistema de distribució del producte, canvis en el pla de producció, fusions empresarials, entre d'altres.
 - Analitzar les causes que han dut a aquests canvis, tenint en compte l'entorn general i específic en què actua l'empresa de comunicació i les diferents funcions empresarials (màrqueting, producció, finançament).
 - Analitzar els efectes, positius i negatius, d'aquests canvis en la gestió i l'acompliment dels objectius empresarials.

TIPUS D'ACTIVITAT	ACTIVITAT	HORES	RESULTATS D'APRENTATGE
Dirigides	Sessions a l'aula	30	
Supervisades	Tutories	15	
Autònomes	Treball de l'alumne	105	

8.- Avaluació

(Indicar el tipus d'evidències d'aprenentatge que l'estudiant haurà de lliurar, el seu pes en la qualificació final, els criteris d'avaluació, la definició de "no presentat", el procediment de revisió de les proves, el tractament d'eventuals casos particulars, etc.)

L'avaluació consistirà en la valoració del treball de final de curs (70% de la nota) i de la participació en les sessions i debats, que tenen caràcter obligatori (30% de la nota).



ACTIVITATS D'AVALUACIÓ	HORES	RESULTATS D'APRENTATGE
Treball final	70%	
Participació en les sessions i debats	30%	

9- Bibliografia i enllaços web

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", a: Campos, Francisco (coord.) *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", a: Francisco Campos (coord.) *El cambio mediático*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

De Mateo, Rosario; Laura Bergés; Marta Sabater (2009) *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

Napoli, P.M. (2006) "Issues in Media Management and the Public Interest", a: Albarran A.B. S.M. Chan-Olmsted y M. O. Wirth (eds.) *Handbook of Media Management and Economics*. London, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Alguns blogs sobre mercats i gestió d'empreses de comunicació

<http://www.expansion.com/blogs/tino/>

<http://bloc.escacc.cat/>

<http://blogs.ft.com/techblog/>

<http://www.diadelblog.com/coleccion-libros-pdf-blogs-web-liblogs/>

<http://newmediamanagement.blogspot.com/>

<http://www.themediamanager.com/index.html>

<http://mediamanagement.blogspot.com/>

<http://www.americanpressinstitute.org/>

<http://forum4editors.com/>

<http://mediabees.blogspot.com/>

<http://themediabusiness.blogspot.com/>

<http://www.mediainfocenter.org/>



<http://www.robertmcchesney.com/>

<http://infotendencias.com/category/tendencias/>

<http://periodistas21.blogspot.com/>



10.- Programació

GRUP/S: ____

(la programació del mòdul explicitarà les activitats formatives i els lliuraments, segons les taules següents. En aquest requadre el professor pot introduir un text explicatiu de la programació o, si cal, fer referència a un document extern que haurà d'estar al campus virtual)

ACTIVITATS D'APRENTATGE

DATA/ES	ACTIVITAT	LLOC	MATERIAL	RESULTATS D'APRENTATGE

LLIURAMENTS

DATA/ES	LLIURAMENT	LLOC	MATERIAL	RESULTATS D'APRENTATGE