

Titulació	Tipus	Curs
Mitjans, Comunicació i Cultura	OT	0

Professor/a de contacte

Nom: Marta Maria Roel Vecino

Correu electrònic: marta.roel@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

Haver cursat estudis de llicenciatura o de grau en els àmbits de Ciències de la Comunicació (Comunicació audiovisual, Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques i titulacions similars), Ciències Socials o titulacions afins.

Objectius

1. Conèixer les dinàmiques dels mercats de la indústria de la comunicació i el paper que té en aquesta les tècniques de gestió empresarial
2. Comprendre que el funcionament i les dinàmiques de les empreses de comunicació estan generades en el temps per agents, relacions socials, estratègies polítiques, econòmiques, tecnològiques, necessitats, interessos, accions racionals i que tenen un naturalesa reactiva respecte als paràmetres del context en que es situen.

Competències

- Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
- Saber analitzar l'impacte de les estratègies dels grups mediàtics en els processos de comunicació social a fi de promoure noves formes de cultura i comunicació participatives
- Ser capaç de planificar i dirigir projectes de recerca bàsica i aplicada en comunicació mediàtica i cultura
- Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Resultats d'aprenentatge

1. Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca
2. Desenvolupar projectes de recerca sobre l'economia de la comunicació.
3. Generar idees i solucions innovadores i competitives en relació a la gestió de mitjans de comunicació.

4. Identificar els factors específics de la gestió d'empreses de comunicació.
5. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
6. Reconèixer i identificar els aspectes polítics i socials i la relació que tenen amb la gestió de mitjans de comunicació i les dinàmiques dels mercats de la comunicació.
7. Reconèixer l'abast i l'aplicació dels principis econòmics en el funcionament de la indústria de la comunicació
8. Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Continguts

1.-Els ecosistemes de les indústries de la comunicació: actors i sectors rellevants.

2.-Continguts i escenaris de transformació.

3.-Tendències.

Els continguts d'aquesta assignatura posaran especial atenció als mercats dels Estats Units, Europa i Espanya (així com als seus mercats de proximitat). El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Aquest contingut, així com els documents o enllaços complementaris, estaran disponibles al Campus Virtual, es podrà actualitzar setmanalment i permetrà a l'alumnat fer un seguiment integral de la m a t è r i a .

Al llarg de les sessions podran participar professionals o experts dels sectors de la Comunicació. El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	30	1,2	2, 3, 6, 8
Tipus: Supervisades			
Realització treballs per a l'avaluació del curs	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Tipus: Autònomes			
Lectures, realització de treballs	105	4,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

1. Classes teòriques interactives
2. Classe inversa
3. Estudi de casos d'estratègies d'empreses de comunicació
4. Lectura
5. Tutories

6. Realització de treballs

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Disseny de projecte	40%	0	0	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8
Participació a les sessions i debats	25%	0	0	1, 3, 4, 5, 6, 7
Proves de seguiment	35%	0	0	1, 3, 4, 5, 6, 7

Avaluació contínua: L'avaluació contínua de l'assignatura consta de les activitats i percentatges següents:

- Disseny de projecte: 40%
- Participació a les sessions i debat: 25%
- Proves de seguiment: 35%

Per aprovar l'assignatura cal obtenir una qualificació mínima de 5 en cadascuna de les activitats avaluades.

En el cas de l'alumnat que no realitzi les activitats d'avaluació, obtindrà la qualificació de *No avaluable* en l'assignatura.

Recuperació: L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats que representin, com a mínim, dues terceres parts de la qualificació total de l'assignatura. L'alumnat que no superi l'assignatura haurà de realitzar una prova final que consistirà en un test teòric (50%) i una part pràctica (50%), i es farà durant el període de recuperació.

En el cas de segona matrícula, l'alumnat podrà fer una prova de síntesi que consistirà en un test teòric. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació obtinguda en aquesta prova de síntesi.

Avaluació única: Aquesta assignatura no preveu el sistema d'avaluació única.

Plagi: En el cas que l'estudiant cometi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, aquest acte es qualificarà amb un 0, amb independència del procediment disciplinari que es pugui obrir. Si es detecten diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final serà 0.

Ús de la Intel·ligència Artificial (IA): En aquesta assignatura es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) com a part integrant del desenvolupament del treball, sempre que el resultat final reflecteixi una contribució significativa de l'alumnat en l'anàlisi i la reflexió personal. L'alumnat haurà d'identificar clarament les parts que han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines utilitzades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat.

La manca de transparència en l'ús de la IA en una activitat avaluable es considerarà una falta d'honestat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions més greus en cas de gravetat.

Bibliografia

European Audiovisual Observatory (2025), Key Trends 2025. Television, Cinema, Video And On-Demand Audiovisual Services - The Pan-European Picture, Council of Europe, Strasbourg,

<https://rm.coe.int/key-trends-2025-en/1680b4e91d>

Flores-Vivar, Jesús Miguel & Aguado-Guadalupe, Guadalupe (2021). Análisis descriptivo exploratorio sobre modelos de negocio en los nuevos medios: estrategias y retos. *Correspondencias & Análisis*, 14, 9-27.

<https://doi.org/10.24265/cian.2021.n14.01>

Hari, Johann (2023). *El valor de la atención: Por qué nos la robaron y cómo recuperarla*. Ediciones Península.

IAB Spain (2025), Performance en TikTok: datos, tendencias y marcas líderes

<https://iabspain.es/estudio/informe-performance-en-tiktok-2025-datos-tendencias-y-marcas-lideres/>

IAB Spain (2025), Observatorio del consumo digital en España, abril 2025

<https://iabspain.es/estudio/observatorio-del-consumo-digital-en-espana-abril-2025/>

IAB Spain (2025), Estudio de Redes Sociales

<https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2025/>

IAB Spain (2023), Estudio de Audio digital

<https://iabspain.es/estudio/estudio-audio-digital-2023/>

Mateo, Rosario de, Bergés Saura, Laura & Sabater Casals, Marta (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Comunicación Social.

McIntyre, Phillip (2023). *Entrepreneurship in the creative industries. How innovative agents, skills and networks interact*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-19455-9>

Nafria, Ismael (2022). ¿ El mejor modelo de negocio para un medio? Posiblemente, la correcta combinación de suscripciones y publicidad. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, (44), 131-134.

Nafria, Ismael (2017). *La reinención de The New York Times: cómo la "dama gris" del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas.

Pariser, Eli (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus. PWC (2024) Entertainment and Media Outlook 2024-2028

<https://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/entertainment-media-outlook-espana-2024-2028.html>

PWC (2024) Principales conclusiones del Global Entertainment & Media Outlook 2023-2027

<https://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/entertainment-media-outlook-espana-2023-2027.html>

Reuters Institute (2025), Digital News Report

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2025>

Rohn, Ulrike & Evens, Tom (Eds.) (2020). *Media management matters: challenges and opportunities for bridging theory and practice*. Routledge.

Runco, Mark A. (2023). *Creativity: research, development, and practice*. Academic Press.

Schneeberger, Agnes (2025), Female professionals in European TV/SVOD fiction production 2015-2023 figures European Audiovisual Observatory, Council of Europe, Strasbourg, disponible:

<https://rm.coe.int/female-av-professionals-in-european-tv-svod-fiction-production-figures/1680b47efe>

Spain Audiovisual Hub, Informes sectoriales

<https://spinaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/panorama/informes-sectoriales>

Srnicek, Nick (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra. A lo largo de las sesiones, la profesora podrá incorporar nuevas recomendaciones bibliográficas

Programari

Per l'edició de textos.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través d'aquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	1	Espanyol	primer quadrimestre	tarda