



## FICHA DOCENTE

### LA EMPRESA INFORMATIVA Y SU RELACIÓN CON LOS SISTEMAS POLÍTICOS - 803630

1º. Grado de Periodismo – Grupos A, B y C

#### PROFESORES

CLASES TEÓRICAS Y/O PRÁCTICAS				
GRUPO	CUAT.	HORARIOS	AULA	PROFESOR
1º A	1º	L. 14-16	542	JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ CÓRDOBA
		M. 14-16		
1º B	1º	X. 13-15	530	VÍCTOR NÚÑEZ FERNÁNDEZ
		J. 13-15		
1º C	2º	L. 14-16	542	JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ CÓRDOBA
		M. 14-16		

**TUTORÍAS: Profesor A:** ..., de ... a ....

**Profesor B:** ..., de ... a ...

#### 1. CONTENIDOS. Programa de la asignatura

**Tema 1.** Características del sistema de medios internacional, supranacional y nacional

El mundo del siglo XXI. El mercado de la información. Los orígenes y el desarrollo de la empresa. La relación entre las empresas y los estados.

**Tema 2.** El poder en el sistema de medios: libertad, poder político, RSC y poder de informar

Concepto de sistema político. La libertad de informar. La lucha de poderes.



El poder de informar.

**Tema 3.** Restricciones en el mercado de la información y su influencia en el ciudadano

El proceso de concentración de medios. Estado del sector de la comunicación.

**Tema 4.** Relación de los *holdings* mediáticos con los sistemas políticos: legislación y consecuencias.

El cambio mundial del nuevo paradigma social. Principales organizaciones relacionadas con el mercado de la información. Las ONGs y su relación con la información.

**Tema 5.** Estrategias de los grupos de comunicación en España

**Tema 6.** Internet y empresas de medios digitales: un vasto campo de cambios

Impacto de la red en el sector, la industria y las empresas de medios.

## 2. MÉTODO DOCENTE

### DESCRIPTOR

Fundamentos teóricos básicos de la Empresa Informativa en su relación con los sistemas políticos.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Diferenciar los fines, los sujetos y las situaciones específicas que se producen en las empresas informativas.
2. Distinguir los sistemas políticos y sus clasificaciones.
3. Comprender la función de la empresa informativa, la de sus organizaciones relacionadas y las de los demás entes colectivos formales comprometidos con sus fines informativos.
4. Conocer la responsabilidad social que afecta a la empresa informativa frente a los ciudadanos, su límite y su control.

### OBJETIVOS

1. Conocer la empresa como realidad social.
2. Analizar las empresas informativas como organizaciones socioeconómicas.



3. Señalar matices que las diferencien del resto de unidades económicas existentes en el mercado.
4. Conocer los grandes grupos multimedia y la situación de las empresas informativas en los distintos sistemas políticos.

### 3. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### EVALUACIÓN CONTINUA

##### Obtención de la nota final global

Examen teórico:	40%	4 puntos
Prácticas y trabajo grupal:	45%	4,5 puntos
Otras actividades de evaluación continua:	15%	1,5 puntos
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>10 puntos</b>

##### Observaciones sobre este sistema de evaluación

1. El alumno será calificado con el sistema de evaluación continua apuntado más arriba con los siguientes condicionantes:
  - Examen teórico (40%): no es necesario para superar la asignatura aprobar esta prueba.
  - Prácticas (45%): consiste en el conjunto de prácticas y actividades que se realizarán a lo largo del curso. Para poder superar la asignatura se exige una realización de las dos prácticas propuestas (15%) tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, y un trabajo grupal (30%). Las prácticas, para ser evaluadas, siempre tendrán que ser entregadas en el plazo y forma establecidos por el profesor.
  - Otras actividades de evaluación continua (15%).
2. Esta distribución de calificaciones se aplicará en las convocatorias ordinaria y extraordinaria dentro del mismo curso académico (es decir, hasta julio).
3. Para julio, se conservarán las notas de la parte superada de la asignatura en la convocatoria ordinaria de ese curso académico y el alumno solo tendrá que llevar a la convocatoria extraordinaria la parte no aprobada.
4. Ortografía y gramática: Dentro de los criterios de evaluación se consideran dos asuntos prioritarios.
5. Plagio: cualquier atisbo o certitud de plagio supondrá la anulación total del ejercicio, examen o trabajo.
6. Asistencia: para el aprovechamiento máximo de la materia debe haber un seguimiento regular de la docencia.
7. El profesor se compromete a tener virtualizada la asignatura en el espacio que la UCM tiene fijado para ello, es decir, en el Campus Virtual.
8. Otras: tanto éstas, como otras situaciones aquí no contempladas, se atenderán siempre a la normativa de la Universidad Complutense de Madrid.



## 4. BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- Martínez Vallvey, F., & Núñez Fernández, V. (coord.) (2016). *La comunicación y su estructura en la Era Digital*. CEF.
- Farias García, P.; Farias Batlle, P. (1994). *La libertad de Empresa Informativa*. Complutense.

### Lectura obligatoria

- Aguer Hortal, M., & Pérez Gorostegui, E. (1991). *Curso Teórico-Práctico de Economía de la Empresa*. Hispano-Europea.
- Caro Francisco J. (2006). *Gestión de Empresas Informativas*. MacGraw-Hill.
- García Echevarría, S. (1974). *Introducción a la Economía de la Empresa*. UNED.
- Iglesias, F., & Verdeja, S. (2000). *Marketing y Gestión de Periódicos*. EUNSA.
- Nieto, A. (1973). *La empresa periodística en España*. EUNSA.
- Tallon García, J. (1988). *Curso de Empresa Informativa*. Autoed.

### Lectura recomendada

- Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J.J. (2002). *Economía de la empresa. Análisis de las decisiones empresariales*. Pirámide.
- Benito, A. (1982). *La socialización del poder de informar*. Pirámide.
- Benito, A. (1995). *La invención de la actualidad. Técnicas, usos y abusos de la Información*. F.C.E.
- Edo, C. (1994). *La crisis de la Prensa diaria*. Ariel.
- García Santamaría, J.V. (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. UOC.
- Lavine, J.H., & Wackman, D.B. (1992). *Gestión de Empresas Informativas*. Rialp.
- Nieto, A., & Iglesias, F. (2000). *La Empresa Informativa*. Ariel.
- Nieto, A. & Mora, J.M. (1989). *Concentración informativa en España: Prensa Diaria*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- Nieto, A. (1977). Cláusula de conciencia, principios editoriales y empresario de la información. *Persona y Derecho (Revista de Fundamentación de las Instituciones Jurídicas, IV, 129-245*.
- Núñez Fernández, V., Peinado Miguel, F., & Pérez-Serrano, M.J. (2022). *La Empresa Informativa en la era digital*. CEF.
- Población Bernardo, J.I., & García-Alonso, P. (1997). *Organización y Gestión de la Empresa Informativa*. CIE Dossat.
- Romero, A. (1987). *Teoría General de la Información y de la Comunicación*. Pirámide.
- Romero, A. (1990). *Libertad de opinión y de expresión*. Consejo Asesor de UCIP.
- Tallón García, J. (1981). *Empresa y empresario de la Información*. Dossat.