



FICHA DOCENTE

PRINCIPIOS DE FINANCIACIÓN Y GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS - 803633

4º Grado de Periodismo – Grupos A, B y C

PROFESORES

CLASES TEÓRICAS Y/O PRÁCTICAS				
GRUPO	CUAT.	HORARIOS	AULA	PROFESOR
4º A	1º	X. 16-18	C-007	PEDRO GARCÍA-ALONSO MONTROYA
		V. 18-20		
4º B	1º	X. 18-20	C-008	PEDRO GARCÍA-ALONSO MONTROYA
		V. 16-18		
4º C	2º	X. 09-11	C-007	PEDRO GARCÍA-ALONSO MONTROYA / VÍCTOR NÚÑEZ FERNÁNDEZ
		J. 09-11		

TUTORÍAS: Profesor A: ..., de ... a

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

1. CONTENIDOS. Programa de la asignatura

Tema 1. La Función Financiera en la Empresa Informativa.

Tema 2. Fuentes de financiación de las Empresas Informativas en España: Prensa, Radio, TV y digitales.

Tema 3. Sistemas de producción y gestión de contenidos en la Empresa Informativa.

Tema 4. Los proveedores de contenidos.



Tema 5. La gestión de contenidos en la prensa escrita impresa y digital.

Tema 6. La gestión de contenidos en la empresa audiovisual.

Tema 7. Nuevos modelos de negocio para las empresas de comunicación.

Tema 8. La convergencia mediática y su influencia en la producción y gestión de contenidos en las empresas de comunicación.

Tema 9. Redes sociales y nuevo periodismo.

2. MÉTODO DOCENTE

DESCRIPTOR

Esta asignatura aborda un marco conceptual y práctico de los condicionantes de la producción, gestión y comercialización de los productos/ programas de las empresas de comunicación. El planteamiento metodológico parte de la base del funcionamiento del mercado de la comunicación para llegar a analizar cómo se financian, producen y comercializan los contenidos en este tipo de empresas. Estos conocimientos podrán completarse con el estudio o puesta en marcha de un proyecto de gestión de contenidos que el alumno podría realizar en grupo a lo largo del curso.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Capacidad para establecer los principios de financiación, gestión y comercialización de los contenidos/programas de las empresas de comunicación.
2. Ser capaz de aplicar las técnicas de gestión de los contenidos/programas propias de este tipo de empresas.
3. Conocer las posibilidades de coproducción de contenidos de las empresas de comunicación.
4. Conocer la tipología de las principales herramientas utilizadas en la gestión de los contenidos/programas en las empresas de comunicación.
5. Conocer cómo influye el mercado y la audiencia en la producción y gestión de contenidos/programas de las empresas de comunicación.

OBJETIVOS

1. Conocer los instrumentos de financiación empresarial sobre los que asentar la adecuada gestión de programas y contenidos en la Empresa de Comunicación.
2. Interpretar las claves de la gestión de los contenidos/programas en las empresas de comunicación.



3. Analizar diferentes modelos de gestión de los contenidos/programas según el tipo de empresas de comunicación.
4. Comprender como funciona la producción y gestión de contenidos de comunicación en la convergencia de medios.

3. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Obtención de la nota final global

Evaluación continua y/o ejercicio escrito	100 %	10
TOTAL	100 %	10 puntos

4. BIBLIOGRAFÍA

- Albarran, A. (2006). *Management of Electronic and Digital Media*. University of North Texas.
- De Mateo Pérez, R., Bergés Saura, L., & Sabater Casals, M. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Comunicación Social.
- Eito-Brun, R. (2013). *Gestión de contenidos: Procesos y tecnologías para gestionar activos de información*. UOC.
- Flores, J., & Porto, D. (2012): *Periodismo transmedia*. Fragua.
- Guallar, J., & Leiva, J. (2013). *El content curator*. UOC.
- Medina, M. (2005): *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. EUNSA.
- Núñez Fernández, V., Peinado Miguel, F., & Pérez-Serrano, M.J. (2022). *La empresa informativa en la era digital*. CEF.
- Ortiz Sobrino, M.A. (2010). El marco legal para la financiación de la radiotelevisión pública en España. *Comunicación y Hombre*, 6, 257-271.
- Peinado, F., & Rodríguez Barba, D. (2011). Nuevos modelos de negocio para la radio. En M.A. Ortiz Sobrino & N. López Vidález (Eds.), *Radio 3.0, una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos* (141-162). Fragua.
- Penela Rubio, N. (2012). *Los modelos económicos de información digital y su relación con los contenidos*. DEA-UCM.
- Pindado, J. (Dir.) (2012). *Finanzas empresariales*. Paraninfo.
- Pringle, P., & Starr, M. (2006). *Electronic Media Management*. Focal Press.
- Rodríguez Pallares, M. (2014). *Análisis de los actuales modelos de gestión de contenidos y conocimiento en las grandes cadenas de radiodifusión españolas: SER, Onda Cero, COPE, y RNE*. Tesis Doctoral - UCM.
- Sábada Chalezquer, C., García Avilés, J.A., & Martínez-Costa, M.P. (2016). *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*. EUNSA.
- Sánchez Tabernero, A. (2008). *Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, Rentabilidad y Competencia*. Deusto.