



Syllabus

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2º curso

GRADO EN

COMUNICACIÓN Y RR.PP.

Curso 2013 /2014

Profesor/es:	Dra. Mónica Antequera Yepes
Periodo de impartición:	1 ^{er} cuatrimestre 2º Curso
Tipo:	OB Obligatoria
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Nº de Créditos:	6
Horas semanales:	4

Departamento de Comunicación

Última actualización: julio 2013

ÍNDICE

1. DATOS DEL PROFESORADO:	2
2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:.....	2
3. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:	2
4. METODOLOGÍA:	3
5. COMPETENCIAS:.....	3
6. NORMAS DE EVALUACIÓN:	3
A. EVALUACIONES ESCRITAS INTERMEDIAS: E.1	5
B. TRABAJOS DE CARÁCTER OBLIGATORIO: E.2	5
C. PARTICIPACIÓN ACTIVA: E.3	6
D. EXAMEN FINAL	6
7. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA	6
A. PROGRAMA ANALÍTICO	6
B. PROGRAMA DESARROLLADO	6
8. RELACIÓN ENTRE COMPETENCIAS; TEMARIO DE LA ASIGNATURA Y FORMA DE EVALUACIÓN.....	8
9. FUENTES DE INFORMACIÓN RECOMENDADA.....	9
A. MATERIAL DE APOYO A LA DOCENCIA: BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.....	9
B. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:.....	9
C. BIBLIOWEB:	11

1. Datos del Profesorado:

Nombre del Profesor: Dra. Dña. Mónica Antequera Yepes

Correo electrónico: monica.antequera@esic.edu

2. Descripción de la Asignatura:

Medios de Comunicación es una aproximación a los Medios escritos y audiovisuales. Un recorrido por las empresas informativas nacionales e internacionales. Es una visión global del terreno de la Información, con el que los estudiantes de Publicidad van a tener que trabajar en su vida profesional. El diseño de la asignatura permitirá al alumno/a obtener una visión general y un primer acercamiento al ámbito universitario y empresarial.

3. Objetivos de la Asignatura:

El objetivo principal de esta asignatura consiste en adentrar al alumno en los aspectos fundamentales del fenómeno de la comunicación y, concretamente, en aquellos básicos para comprender cómo funcionan las empresas periodísticas. Se pretende que el alumno conozca las particularidades de las mismas y establezca contacto con los modos de producción de los contenidos en las mismas.

Para ello, primero se introducirán los elementos básicos de la empresa periodística como generadora de información, se analizará la metodología de trabajo de cada uno de los medios, su evolución en el pasado pero sobre todo, su proyección de futuro en la sociedad de masas. Mediante la realización de prácticas, el alumno podrá conocer a fondo los aspectos fundamentales de cada uno de los medios de comunicación con los que establecerá contacto en su futuro profesional.

4. Metodología:

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

Actividad Presencial	Actividad no Presencial
60 horas	90 horas

La metodología a utilizar consistirá en el desarrollo teórico de la materia contenida en el programa por parte de la profesora, ampliando el material contenido en la bibliografía y en los textos escritos que se podrán a disposición del alumno.

5. Competencias:

Competencias Generales: C.T.

- CG2 Capacidad para la utilización de las herramientas e instrumentos necesarios para observar adecuadamente los sistemas objeto de estudio
- CG3 Conocimiento adecuado de las administraciones, empresas, instituciones, organismos públicos y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para la realización de trabajos y otras actividades.

Competencias Específicas: C.E.

- CE4 Conocimiento de la estructura y características de los medios publicitarios.
- CE20 Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de una organización.

6. Normas de Evaluación:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El sistema de evaluación de las titulaciones es la evaluación continua, en la cual la asistencia a clase es obligatoria y para tener derecho a la misma, implica un porcentaje mínimo de asistencia a clase del 70%.

Según figura en la Guía Académica del curso, se aplicará automáticamente la puntuación que cada alumno tenga en función del número de faltas de asistencia. El baremo oscilará entre +1 y -1.

Total Puntuación Máxima por Asistencia y participación: 1 punto

ACTIVIDAD EVALUADORA	Ponderación	Naturaleza	Observación
E.4:	TOTAL: 70%	Individual	Para sumar el resto de notas hay que tener en esta parte una nota mínima de 5 puntos sobre un máximo de 10.
E.1 E.2	TOTAL: 20%	Individual Grupal	Evaluación Continua(*)
E.3	TOTAL: 10%	Prácticas individuales	Evaluación Continua(*)
EVALUACIÓN FINAL			

(*) Tal y como indica la guía del curso académico, todos aquellos alumnos que tengan una asistencia en la asignatura inferior al 70%, deberán examinarse directamente en la convocatoria ordinaria (examen final) perdiendo por tanto la opción a ser evaluados de forma continua, LO QUE IMPLICA TENER 0 PUNTOS en los apartados E.1, E.2 y E.3.

Los alumnos repetidores deberán entregar los trabajos planteados en la fecha acordada, sin necesidad de defenderlos, pudiendo optar entre mantener la evaluación continua del primer año de estar matriculados de la asignatura o la del año en curso.

IMPORTANTE: Estos pesos en la evaluación son válidos para las dos convocatorias del curso 2013-14.

La evaluación de los alumnos será continua y consistirá, por un lado, en la valoración del alumno a lo largo del curso, tanto en lo referente a asistencia, actitud y participación en las clases, así como a la entrega de los trabajos que se establezcan.

En cualquier caso, todo ello no podrá ser superior al 30% de la evaluación final, determinándose su peso definitivo durante el curso. Sólo se calificará el examen de septiembre en un porcentaje 100% en el caso de aquellos alumnos que justifiquen su baja, involuntaria o de fuerza mayor, a lo largo del año académico (contrato laboral, baja médica...).

No se admitirán prácticas, ni el trabajo final de la asignatura fuera de las fechas de entrega, ni en la convocatoria extraordinaria, aunque la nota del proyecto final sí se guardará para la misma.

IMPORTANTE: Tres faltas de ortografía GRAVES impedirán aprobar la asignatura.

a. Evaluaciones escritas intermedias: E.1

Los alumnos realizan prácticas en clase correspondientes a cada tema. Las prácticas se evalúan de manera progresiva. De este modo el alumno puede observar su gráfica personal de evolución y el conocimiento de la materia.

La presentación de todas ellas se realiza ANTES de la fecha de examen en clase, o bien se entregan esa misma semana a través del correo electrónico, además de cómo lugar de tutoría virtual para consultas, sugerencias y dudas. Tendrán un valor del 10% de la nota final.

b. Trabajos de carácter obligatorio: E.2

Los alumnos han de entregar un trabajo final, la fecha de recepción será la misma que el examen en su convocatoria ordinaria. Este año consistirá en la realización de su periódico digital en formato papel y (PDF/DVD). Será contabilizado

en un 20% de la nota final, una vez aprobado el examen (tal y como recoge el apartado b).

c. Participación Activa: E.3

Los alumnos pueden presentar prácticas voluntarias, que serán tenidas en cuenta como esfuerzo adicional para una mejor comprensión de la asignatura. El profesor calificará la participación activa a lo largo del curso de cada alumno individualmente en función de sus aportaciones y la oportunidad de sus reflexiones y preguntas sobre temas de actualidad relacionados con el contenido de la asignatura.

d. Examen Final

Estructura del examen final:

Compuesto por preguntas de desarrollo, teóricas y prácticas (similares a las realizadas durante el curso en clase) con una puntuación que será **el 70 % de la nota final**.

7. Programa de la asignatura

a. Programa analítico

PARTE I.

INTRODUCCIÓN HISTÓRICA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

PARTE II.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ACTUALIDAD.

b. Programa desarrollado

PARTE I.

INTRODUCCIÓN HISTÓRICA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tema 1. Historia del Periodismo Universal.

- Introducción histórica: la aparición de los medios de comunicación • Estados Unidos y Europa. • La función social de los medios y su evolución a las industrias de la comunicación

Tema 2. Historia del Periodismo Español.

- Introducción histórica: la aparición de los medios de comunicación • Estados Unidos y Europa. • Evolución a las empresas de comunicación en España.

PARTE II.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ACTUALIDAD.

Tema 3. La estructura de la comunicación internacional.

- La comunicación internacional: las transformaciones tecnológicas • Los cambios en los medios (prensa, radio, televisión, agencias) • El equilibrio entre lo global y lo local • Los principales grupos multimedia • La comunicación global después del 11 de septiembre.

Tema 4. La estructura de la comunicación en España. La empresa periodística.

- Grupos de información, creadores de opinión • La empresa de comunicación: tipología • Mercado de la prensa en España • Mercado de la televisión en España • Mercado de la radio en España • Los nuevos soportes y su interacción (*enlace tema 7) • Organización y gestión de la empresa periodística • Empresas públicas y empresas privadas • Los grupos multimedia • Funciones sociales de las empresas de comunicación.

Tema 5. La producción periodística. El periódico.

- Estructura y organización del periódico • El consejo de redacción • Organización interna de la redacción • La relación entre la información y la publicidad.

Tema 6. El periodismo audiovisual. La radio y la televisión.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Introducción a la radiodifusión • El diario hablado. Boletines informativos • La programación de radio (magacines, tertulias, programas especializados) • La noticia en televisión • Los formatos televisivos.

Tema 7. El periodismo digital y electrónico.

- El nuevo periodismo multimedia • Los nuevos servicios audiovisuales. El periodismo audiovisual • Oferta y demanda de información: los blogs • Información “on line” 24 horas • El periódico electrónico • El futuro del periodismo digital.

8. Relación entre Competencias; Temario de la asignatura y Forma de evaluación

COMPETENCIAS		TEMARIO	EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
GENERALES	CG 2 CG 3	Adquiridas y evaluadas a lo largo de la exposición de todo el temario de la asignatura	E.4	40%
	CE4	TEMA 1 TEMA 2 TEMA 3 TEMA 4	E.1 E.2 E.3	60%
ESPECÍFICAS	CE20	TEMA 1 TEMA 2 TEMA 3	E.1 E.2 E.3	
TOTAL PONDERACIÓN EVALUACIÓN				100%

9. Fuentes de información recomendada

a. Material de apoyo a la docencia: Bibliografía Básica

- TIMOTEO ALVAREZ, J. Historia de los Medios de Comunicación en España. (Periodismo, imagen y publicidad 1900 - 1990). Editorial Ariel. Barcelona. (Primera edición, 1989). ISBN: [978-84-344-1256-9](#)
- TIMOTEO ALVAREZ, J. Historia y Modelos de Comunicación en el Siglo XX. (El nuevo orden informativo). Editorial Ariel. Barcelona. (Primera edición, 1987). ISBN: [978-84-344-1252-1](#)
- SEOANE, MARÍA CRUZ. Historia del periodismo en España, II. El siglo XIX. Alianza Editorial. Madrid, 1983. ISBN: [978-84-206-8068-2](#)

b. Bibliografía complementaria:

Bibliografía complementaria que se muestra en clase como libros de referencia interesantes para su biblioteca particular y próxima profesional. Paralelamente los alumnos reciben continuas referencias (fotocopias o links de internet) en los que poder analizar ejemplos reales de la materia. También se incorpora la visualización de videos y el análisis de artículos de prensa.

- ALMIRÓN, NÚRIA. (2002). Los amos de la globalización. Internet y poder en la era de la información. Editorial Planeta. ISBN: [978-84-01-37801-0](#)
- CAMINOS MARCET, J.M. y ARMENTIA VIZUETE, J.I (2002). Fundamentos del Periodismo. Editorial Ariel. Barcelona. ISBN: [978-84-344-1294-1](#)
- DEL REY MORATÓ, JAVIER(1998. 1ª edición) El naufragio del periodismo en la era de la televisión (La industrial del infoentretenimiento: de Aristóteles a Walt Disney). Editorial Fragua, Madrid. ISBN: [978-84-7074-104-3](#)
- GABILONDO, IÑAKI. (Febrero 2011). El fin de una época, Editorial Barril & Barral, Barcelona ISBN: [978-84-937707-4-7](#)
- GONZÁLEZ LOBO, Mª ANGELES y CARRERO LÓPEZ, ENRIQUE. (2008) Manual de Planificación de Medios. Ed. ESIC. Madrid. ISBN: [978-84-7356-523-3](#)
- GRIJELMO, ALEX. (1997) El estilo del periodista. Última Edición 2008. Ed. Taurus, Madrid. ISBN: [978-84-306-0660-3](#)

- KAPUCINSKI, RYSZARD. Los cínicos no sirven para este oficio: sobre el buen periodismo, Editorial Anagrama, Barcelona 2005. Edición 2011. ISBN: [978-84-339-6796-1](#)
- LABIO BERNAL, AURORA. (2006, 1ª ed) Comunicación, periodismo y control informativo (Estados Unidos, Europa y España), Editorial Anthropos, Barcelona. ISBN: [978-84-7658-800-0](#)
- MAS DE XAXÁS, XAVIER. Viaje de un periodista a la desinformación, Editorial Destino 2005. ISBN: [978-84-233-3713-2](#)
- MERILL JOHN. C, LEE, JOHN y JAY FRIEDLANDER, EDWARD. (1992) Medios de Comunicación Social. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid. ISBN: [84-86168-69-4](#)
- MONTANELLI, INDRO Y ABATE, TIZIANA. Memorias de un periodista, Editorial RBA Libros, Barcelona 2003. Edición 2010. ISBN: [978-84-9867-711-9](#)
- NIETO, F. IGLESIAS (1993). Empresa Informativa. Ed Ariel Comunicación. Barcelona. Edición 2010. ISBN: [978-84-344-1282-8](#)
- ORIONE, JULIO. Introducción al periodismo. El oficio de informar. Periodismo en internet, Ediciones de La Flor, Buenos Aires 2007. ISBN: [978-950-515-272-8](#)
- ORTEGA, FÉLIX (coordinador) y otros. Periodismo sin información, Editorial Tecnos, Madrid, 2006. (157 páginas). ISBN: [978-84-309-4394-4](#)
- REVERTE, JORGE M.; “Perro come perro” (Guía para leer los periódicos), Ed. Ares y Mares (Crítica), Barcelona 2006. ISBN: [978-84-8432-813-1](#)
- REIG, RAMÓN. (2000). Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial. Ed. Paidós, Papeles de Comunicación 21. Segunda edición 2003. ISBN: [978-84-493-0601-3](#)
- REIG, RAMÓN. (2007) El periodista en la telaraña, Anthropos Editorial del Hombre, Barcelona. ISBN: [978-84-7658-814-7](#)
- SAIZ, Mª DOLORES. (Última edición). Historia del Periodismo en España. Alianza Universidad Textos. Madrid. ISBN: [978-84-206-8796-4](#)
- SANTOS SÁINZ, MARÍA. (2003). El poder de la élite periodística. Fragua editorial. Madrid. ISBN: [978-84-7074-138-8](#)
- SERRANO RODOLFO. Un oficio de fracasados (libelo pro y contra el periodismo) 2006. Ed. Berenice, Colección Divulgación, Córdoba. ISBN: [978-84-934881-9-2](#)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- ROJAS, I. OCTAVIO Y OTROS. (2007) Blogs. La conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos, Editorial ESIC, Madrid. ISBN: [978-84-7356-481-6](#)
- SÁNCHEZ ARANDA, JOSÉ J. Pulitzer. 2002. Luces y sombras en la vida de un periodista genial, Ediciones Universidad de Navarra, EUNSA, Pamplona. Tercera edición 2009. ISBN: [978-84-313-2034-8](#)
- VIDAL BENEYTO, JOSÉ MARÍA. (2002). La ventana global. Editorial Taurus. Madrid. ISBN: [978-84-306-0464-7](#)
- WOLFE, TOM. (2001) El periodismo canalla y otros artículos. Ediciones B. Barcelona. ISBN: [978-84-663-0621-8](#)
- WOLFE, TOM. (1998). El nuevo periodismo. Editorial Anagrama. Barcelona. Edición 2000. ISBN: [978-84-339-1202-2](#)

c. BiblioWeb:

Se indica en cada uno de los temas en clase que el alumno tiene a su disposición en ERIETE.