

## GUÍA DOCENTE 2019-2020

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b>	Estructura General de la Comunicación
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b>	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Básica
<b>ECTS:</b>	6
<b>CURSO:</b>	Primero
<b>SEMESTRE:</b>	Primero
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b>	Castellano
<b>PROFESORADO:</b>	Dra. Belén Andueza López
<b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b>	<a href="mailto:belen.andueza@uneatlantico.es">belen.andueza@uneatlantico.es</a>

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>REQUISITOS PREVIOS:</b>
No aplica.
<b>CONTENIDOS:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tema 1. El significado de la estructura de la comunicación             <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. Importancia y utilidad</li> <li>1.2. Base conceptual</li> <li>1.3. La influencia de las estructuras de poder en el trabajo periodístico</li> </ul> </li> <li>• Tema 2. Contexto y estructura mundial de la comunicación             <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Estructuras económicas y mediáticas</li> </ul> </li> </ul>

2.2. Desde Bretton Woods a la Nueva Economía

2.3. NOEI-NOMIC

2.4. Tríada

2.5. Espiral del Disimulo

2.6. FCC

2.7. Europa

2.8. Legislación española

- Tema 3. Los grandes conglomerados
  - 3.1. Grupos globales de comunicación
  - 3.2. Las agencias
  - 3.3. Europa y Japón
  - 3.4. Países emergentes
  - 3.5 Procesos de crecimiento
  
- Tema 4. Estructuras mediáticas adicionales
  - 4.1. Mundo islámico
  - 4.2. Antiguos comunistas
  - 4.3. África
  
- Tema 5. La estructura de la comunicación en España
  - 5.1. Grupos e interconexiones
  - 5.2. Prensa
  - 5.3. Radio
  - 5.4. TV
  - 5.5. Internet
  
- Tema 6. La estructura de la comunicación en Cantabria
  - 6.1. Presencia grupos estatales
  - 6.2. Medios locales
  - 6.3. La televisión autonómica
  
- Tema 7. Estructura del poder publicitario
  - 7.1. Publicidad y Periodismo
  - 7.2. Agencias de publicidad

## COMPETENCIAS

### COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1. Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.
- CG2. Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.
- CG3. Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE17. Identificar los actores y definir las características estructurales de los sistemas de comunicación en contextos nacionales e internacionales.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Reconocer los elementos que definen el campo de la Comunicación como una industria.
- Conocer y diferenciar los sistemas de comunicación a nivel nacional e internacional y sus relaciones con el sector de publicidad.
- Comprender el sistema actual de comunicación a nivel nacional, sus retos e interrogantes.

## METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

### METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo.
- Estudio y análisis de casos.
- Resolución de ejercicios.
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos.
- Trabajo autónomo.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	
Actividades dirigidas	Clases expositivas
	Clases prácticas
	Seminarios y talleres
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades
	Tutorías (individual/grupo)
Actividades autónomas	Preparación de clases
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos
	Trabajo individual en campus virtual

El primer día de clase, la profesora proporcionará información más detallada al respecto.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	Proyecto de investigación grupal sobre la estructura empresarial de los conglomerados: <ul style="list-style-type: none"> <li>• EE. UU. 15%</li> <li>• Resto mundo 15%</li> <li>• España 15%</li> </ul>	45 %
	Presentación oral del proyecto	10 %
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5 %
Evaluación final	Examen teórico-práctico	40 %

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltase el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen teórico-práctico con un valor del 40 % de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Reig, R. y Labio, A. (Eds.) (2017). *El laberinto mundial de la información*, Barcelona: Anthropos.
- Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo*. Barcelona: Gedisa.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Birkinbine, B., Gómez, R. y Wasko, J. (2017). *Global Media Giants*. Londres: Routledge.
- García Santamaría, J. V. (2016). *Los grupos multimedia españoles*. Barcelona: UOC.
- Labio, A. (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo*. Barcelona: Anthropos.
- Mancinas-Chávez, R. (2016). Fundamentos teóricos de Estructura de la Información. En *Cuadernos Artesanos, Latina*, disponible en papel y en: <http://www.cuadernosartesanos.org/2016/cac106.pdf>
- Martínez Vallvey, F. y Núñez Fernández, V. (Coords.) (2016). *La comunicación y su estructura en la era digital*. Madrid: CEF.
- RSF (2016). Medios de comunicación: los oligarcas se van de compras. Disponible en: <https://rsf.org/es/informes/medios-de-comunicacion-los-oligarcas-se-van-de-compras-la-nueva-investigacion-de-rsf>
- UNEATLANTICO (2014). *Estructura general de la comunicación*. Material didáctico propio de la institución.

### WEBS DE REFERENCIA:

- <http://www.portalcomunicacion.com/>
- <https://www.revistacomunicar.com/>
- <http://www.minetad.gob.es/telecomunicaciones/mediosaudiovisuales/normativa/paginas/normativa.aspx>
- <https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion>
- <https://www.ymedia.es/es/mapa-de-medios>

### OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

Artículos científicos, artículos de prensa, documentales, cine, reportajes y otros textos audiovisuales que el profesorado recomendará en función de su importancia teórica, práctica, y de acuerdo con la actualidad del momento