

FICHA DE ASIGNATURA

Título: **Industria y Medios de Comunicación**

Descripción: La industria comunicativa ha cambiado de manera vertiginosa en las últimas décadas como resultado del desarrollo tecnológico, la globalización o la aparición de nuevos medios y plataformas. En este sentido, es importante conocer su estructura a nivel nacional y mundial, a la par que resulta esencial saber producir contenido con rigor periodístico si queremos que la estrategia de comunicación de nuestra organización tenga éxito.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6 ECTS

Contextualización: Esta asignatura permite al estudiante contar con una visión global del funcionamiento de los medios de comunicación a nivel tanto nacional como internacional. Además, se le dota de herramientas para gestionar relaciones eficientes y beneficiosas con ellos.

Modalidad: Online

Temario:

1. Estructura del sistema de medios de comunicación en perspectiva nacional e internacional.
2. Relaciones con la industria y medios de comunicación:
 - a. Relaciones corporativas con grupos de mediáticos, agencias de noticias y grupos publicitarios. Nuevas relaciones a partir de la digitalización de los medios y de la crisis estructural del sector.
 - b. Creación y mantenimiento de relaciones con los medios. Estrategias para entidades lucrativas y no lucrativas.
 - c. Bidireccionalidad en la gestión de las relaciones con los medios de comunicación. Campaña de prensa, herramientas de contacto y eventos para prensa.
 - d. Selección de técnicas de relación con los medios en función de los objetivos comunicativos.
3. Creación de una marca corporativa propia en la generación de contenido para los medios de comunicación. Conjugación del interés corporativo y el informativo en el mensaje.
4. La escritura corporativa: adecuación, corrección, rasgos periodísticos y rasgos literarios en la marca empresarial.
5. Herramientas de comunicación multimedia aplicada a la comunicación corporativa: integración de medios y mensajes.

Competencias:

- **Básicas:** CB-06, CB-07, CB-08, CB-09 y CB-10.
- **Específicas:** CE-06 y CE07.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	10	100%
Clases prácticas de análisis: estudio de casos y resolución de problemas	5	100%

Clases prácticas profesionales: simulación y diseño de proyectos	5	100%
Talleres profesionales	5	100%
Tutorías	10	30%
Trabajo autónomo	113	0%
Realización de la prueba	2	100%

Metodologías docentes:

- Lección magistral y lección magistral participativa.
- Revisión bibliográfica.
- Estudio de casos.
- Resolución de problemas.
- Simulación.
- Diseño de proyectos.
- Seguimiento.
- Trabajo cooperativo.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio. Actividad teórica	10%	15%
Evaluación del Portafolio. Actividad de análisis	15%	25%
Evaluación del Portafolio. Actividad profesional	25%	40%
Evaluación de la prueba	20%	50%

Normativa específica: No aplica

Bibliografía:

Referencia bibliográfica básica: Cardoso, G. (2010). *Los medios de comunicación en la sociedad en red. Filtros, escaparates y noticias*. Barcelona: UOC Ediciones.

La bibliografía complementaria será aportada por el docente responsable de la asignatura al comienzo de impartición de la misma.