

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. Introducción a la empresa 1.1. Introducción y objetivos 1.2. El concepto de empresa 1.3. Perspectiva histórica de la empresa Los fundamentos de la empresa 1.5. Referencias bibliográficas	Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 puntos cada una). Test Tema 1(0,1 puntos)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	Tema 2. La empresa de comunicación 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Perspectiva histórica de la información comercial 2.3. La información como bien económico 2.4. La industria de la comunicación		Clase del tema 2
Semana 3	Tema 2. La empresa de comunicación (Continuación) 2.5. Hacia el sector inf+com 2.6. La empresa de comunicación 2.7. Elementos de la empresa de comunicación 2.8. El equilibrio entre el derecho de la información y la libertad de empresa 2.9. Referencias bibliográficas	Actividad: La industria de la comunicación y nuevos actores determinantes(1,4 puntos) Test Tema 2(0,1 puntos)	Clase del tema 2 y presentación de la actividad La industria de la comunicación y nuevos actores determinantes
Semana 4	Tema 3. Estructura jurídico-económica de la empresa de comunicación 3.1. Introducción y objetivos 3.2. El empresario 3.3. El empresario y la información		Clase del tema 3
Semana 5	Tema 3. Estructura jurídico-económica de la empresa de comunicación (Continuación) 3.4. Tipos de empresa 3.5. El empresariado 3.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 3(0,1 puntos)	Clase del tema 3
Semana 6	Tema 4. Organización de la empresa de comunicación 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Introducción a la estructura organizativa 4.3. Objetivos de la organización de la empresa 4.4. Modelos de estructura organizativa 4.5. Modelos estructurales básicos	Test Tema 4(0,1 puntos)	Clase del tema 4 Clase de resolución de la actividad La industria de la comunicación y nuevos actores determinantes
Semana 7	Tema 5. Ingresos y gastos 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Entorno económico de la empresa informativa 5.3. Ciclo de producción en la empresa informativa 5.4. Estructura económica de la empresa informativa 5.5. Los problemas del umbral de rentabilidad 5.6. Referencias bibliográficas	Actividad: Formas alternativas de financiación de los medios(1,4 puntos) Test Tema 5(0,1 puntos)	Clase del tema 5 y presentación de la actividad Formas alternativas de financiación de los medios
Semana 8	Tema 6. Planificación empresarial 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Elementos de la planificación empresarial 6.3. Planificación empresarial 6.4. Etapas de la planificación empresarial 6.5. Herramientas de la planificación empresarial 6.6. El plan de empresa informativa 6.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 6(0,1 puntos)	Clase del tema 6

Semana 9	Tema 7. La empresa radiofónica 7.1. Introducción y objetivos 7.2. El producto radiofónico 7.3. Los ingresos 7.4. Los gastos 7.5. El nuevo ordenamiento legal	Actividad Grupal: Plan de negocio de una empresa de comunicación(1,9 puntos) Test Tema 7(0,1 puntos)	Clase del tema 7 y presentación de la actividad grupal Plan de negocio de una empresa de comunicación
Semana 10	Tema 8. La empresa de televisión 8.1. Introducción y objetivos 8.2. La especificidad de la empresa de televisión 8.3. El valor de los contenidos 8.4. Los ingresos 8.5. Los gastos 8.6. La televisión que viene 8.7. Tecnología y empresa audiovisual 8.8. Referencias bibliográficas	Test Tema 8(0,1 puntos)	Clase del tema 8 Clase de resolución de la actividad Formas alternativas de financiación de los medios
Semana 11	Tema 9. La empresa de prensa 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Naturaleza del producto periodístico 9.3. Los ingresos por ventas 9.4. Los ingresos por publicidad 9.5. Los gastos 9.6. Cambios estructurales en la empresa periodística 9.7. Tecnología y empresa de prensa 9.8. Referencias bibliográficas	Test Tema 9(0,1 puntos)	Clase del tema 9 Sesión de explicación del modelo de examen
Semana 12	Tema 10. La empresa de publicidad 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Naturaleza de la publicidad 10.3. Las actividades publicitarias 10.4. Estructura de explotación 10.5. La concentración publicitaria 10.6. Perfil del mercado publicitario español 10.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 10(0,1 puntos)	Clase del tema 10
Semana 13	Tema 11. Otras empresas de comunicación 11.1. Introducción y objetivos 11.2. La empresa de cine 11.3. La empresa editorial 11.4. Las agencias de noticias 11.5. Los servicios portadores 11.6. La medición de audiencias 11.7. La agencia de comunicación 11.8. Nuevos sectores y retos 11.9. Referencias bibliográficas	Test Tema 11(0,1 puntos)	Clase del tema 11
Semana 14	Semana de repaso		Clase para presentar las conclusiones de la actividad grupal Plan de negocio de una empresa de comunicación
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de examen		

Esta Programación semanal **puede ser modificada** si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.