

Programación semanal

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

	Temas	Actividades (7 puntos)
Semana 1	Semana de introducción a la asignatura	
Semana 2	Tema 1. Introducción a la empresa 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. El concepto de empresa y empresario 1.3. Los fundamentos de la empresa	
Semana 3	Tema 1. Introducción a la empresa (continuación) 1.4. La doble dimensión de la información en la empresa 1.5. El Empresario y la Información 1.6. Tipología de Empresas	Reporte de Lectura: Importancia de la empresa de comunicación y la información (1 puntos)
Semana 4	Tema 2. La Empresa de Comunicación 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Perspectiva histórica de la información comercial 2.3. La información como bien económico	
Semana 5	Tema 2. La Empresa de Comunicación (continuación) 2.4. La industria de la comunicación 2.5. Elementos de la empresa de comunicación 2.6. El equilibrio entre el derecho de la información y la libertad de empresa 2.7. Misión de la empresa de comunicación	
Semana 6	Tema 2. La Empresa de Comunicación (continuación) 2.8. Los principios configuradores 2.9. Finalidades; la orientación informativa y la orientación comercial 2.10. El producto y servicio informativo 2.11. Referencias bibliográficas	
Semana 7	Tema 3. Entorno y organización de la Empresa de Comunicación 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. El entorno 3.3. La concentración informativa 3.4. La disrupción tecnológica	Elaboración de esquemas: «La tecnología y el medio periodístico» (1 puntos)
Semana 8	Semana de repaso	
Semana 9	Tema 3. Entorno y organización de la Empresa de Comunicación (continuación) 3.5. La función del Estado 3.6. Bases de la organización empresarial 3.7. La organización interna 3.8. La función directiva 3.9. Referencias bibliográficas	

	Temas	Actividades (7 puntos)
Semana 10	Tema 4. Las Empresas de Difusión 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. El producto radiofónico 4.3. Lo ingresos y los gastos 4.4. La empresa de prensa 4.5. Naturaleza del producto periodístico	Foro de debate: La publicidad en radio (1 puntos)
Semana 11	Tema 4. Las Empresas de Difusión 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. El producto radiofónico 4.3. Lo ingresos y los gastos 4.4. La empresa de prensa 4.5. Naturaleza del producto periodístico	Ensayo: La publicidad y la prensa (2 puntos)
Semana 12	Tema 5. La empresa de publicidad 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. El valor de los contenidos 5.3. Lo ingresos y los gastos 5.4. La empresa de publicidad	
Semana 13	Tema 5. La empresa de publicidad (continuación) 5.5. Las actividades publicitarias 5.6. Estructura de explotación 5.7. La concentración publicitaria 5.8. Perfil del mercado publicitario 5.9. Referencias bibliográficas	Cuadro comparativo: Ventajas y desventajas de los medios de comunicación para la información (2 puntos)
Semana 14	Tema 6. Otras empresas de comunicación 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. La empresa de cine, editorial 6.3. Las agencias de noticias 6.4. La medición de las audiencias 6.5. Las agencias de comunicación 6.6. Nuevos medios, ¿nuevas empresas?	
Semana 15	Tema 6. Otras empresas de comunicación (continuación) 6.7. La gran transformación 6.8. La tecnología en la empresa de comunicación 6.9. Tecnología y empresa de prensa 6.10. Empresa audiovisual 6.11. Empresa publicitaria	
Semana 16	Semana de repaso	
Semana 17	Semana de exámenes	