

Programación semanal

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

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (6 puntos)	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 1.4. Los fundamentos de la empresa 1.5. Referencias bibliográficas	Asistencia a dos sesiones en directo (0,25 puntos cada una) Test Tema 1 (0,1 puntos)	Sesión de Presentación de la asignatura 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	Test Tema 2 (0,1 puntos)	Clase del Tema 2 (se incluye presentación de actividad 1)
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	Entrega Actividad 1 (1,2 puntos) Test Tema 3 (0,1 puntos)	Clase del Tema 3

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (6 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	<p>Tema 4. Organización de la empresa de comunicación</p> <p>4.1. Introducción y objetivos</p> <p>4.2. Introducción a la estructura organizativa</p> <p>4.3. Objetivos de la organización de la empresa</p> <p>4.4. Modelos de estructura organizativa</p> <p>4.5. Modelos estructurales básicos</p>	<p>Test Tema 4 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 4 (se incluye presentación de actividad 2)</p>
Semana 7	<p>Tema 5. Ingresos y gastos</p> <p>5.1. Introducción y objetivos</p> <p>5.2. Entorno económico de la empresa informativa</p> <p>5.3. Ciclo de producción en la empresa informativa</p> <p>5.4. Estructura económica de la empresa informativa</p> <p>5.5. Los problemas del umbral de rentabilidad</p> <p>5.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 5 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 5</p> <p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p>
Semana 8	<p>Tema 6. Planificación empresarial</p> <p>6.1. Introducción y objetivos</p> <p>6.2. Elementos de la planificación empresarial</p> <p>6.3. Planificación empresarial</p> <p>6.4. Etapas de la planificación empresarial</p> <p>6.5. Herramientas de la planificación empresarial</p> <p>6.6. El plan de empresa informativa</p> <p>6.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 2 (1,2 puntos)</p> <p>Test Tema 6 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 6 (se incluye presentación de actividad grupal)</p> <p>Sesión de Recomendación de Examen</p>
Semana 9	<p>Tema 7. La empresa radiofónica</p> <p>7.1. Introducción y objetivos</p> <p>7.2. El producto radiofónico</p> <p>7.3. Los ingresos</p> <p>7.4. Los gastos</p> <p>7.5. El nuevo ordenamiento legal</p>	<p>Test Tema 7 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 7</p>
Semana 10	<p>Tema 8. La empresa de televisión</p> <p>8.1. Introducción y objetivos</p> <p>8.2. La especificidad de la empresa de televisión</p> <p>8.3. El valor de los contenidos</p> <p>8.4. Los ingresos</p> <p>8.5. Los gastos</p> <p>8.6. La televisión que viene</p> <p>8.7. Tecnología y empresa audiovisual</p> <p>8.8. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 8 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 8</p> <p>Clase de Resolución de la Actividad 2</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (6 puntos)	CLASES EN DIRECTO
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	Entrega de Actividad Grupal (2 puntos) Test Tema 9 (0,1 puntos)	Clase del Tema 9
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		Clase del Tema 10
Semana 13	Tema 10. La empresa de publicidad 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 Clase de Resolución de Actividad Grupal (duración doble)
Semana 14	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 15	Clase de Repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

NOTA

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