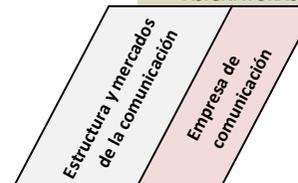




Módulo IV. Gestión de Contenidos Informativos

Materia 2. Estructura y mercados de la comunicación (6 ECTS Básicos y 6 ECTS OB)

ASIGNATURAS



COMPETENCIAS

		Estructura y mercados de la comunicación	Empresa de comunicación
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio	X	X
CB3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética	X	X
CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado	X	X
CB5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía	X	X
CG1	Expresar conocimientos e ideas de manera oral y escrita, con rigor, orden y creatividad con el fin de divulgar conocimiento a la sociedad.	X	X
CG3	Conocer y valorar el hecho comunicativo en sus múltiples dimensiones: histórica, económica y empresarial, legal, deontológica y tecnológica.	X	X
CG6	Expresar con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados.	X	
CE9	Identificar los fundamentos éticos y deontológicos del quehacer periodístico y saber aplicarlos en la realidad profesional.		X
CE11	Describir el mercado de la comunicación, desde la producción de contenidos hasta su consumo.	X	X
CE12	Conocer la estructura y el funcionamiento de la empresa de comunicación, su forma de organización, sus estrategias de gestión, sus sistemas de producción y distribución de contenidos.	X	X
CE20	Detectar y corregir los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos de la edición o producción y realización de productos informativos.		X

CONTENIDOS DE LA MATERIA

Esta materia forma al alumno en la gestión de empresas de comunicación y los fundamentos económicos y empresariales necesarios para el análisis de los mercados de la comunicación.

Asignatura básica:

Estructura y mercados de la comunicación (6 ECTS) 2º Curso

Asignatura en la que el alumno estudiará los distintos medios desde una perspectiva económica y en el contexto de un mercado global. Se formará en las herramientas necesarias para comprender el funcionamiento y ser capaces de analizar los mercados de la comunicación. En particular se estudiará el mercado de diarios y revistas, radio, televisión e Internet en los principales países europeos y en Estados Unidos.

Esta materia forma al alumno en la gestión de empresas de comunicación y los fundamentos económicos y empresariales necesarios para el análisis de los mercados de la comunicación.

Asignatura básica:

Estructura y mercados de la comunicación (6 ECTS) 2º Curso

Asignatura en la que el alumno estudiará los distintos medios desde una perspectiva económica y en el contexto de un mercado global. Se formará en las herramientas necesarias para comprender el funcionamiento y ser capaces de analizar los mercados de la comunicación. En particular se estudiará el mercado de diarios y revistas, radio, televisión e Internet en los principales países europeos y en Estados Unidos.