

El contexto mediático

MÁSTER EN COMUNICACIÓN INTEGRAL AVANZADA

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Títulos
Propios

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.



DATOS GENERALES

Breve descripción

La asignatura profundiza en el entramado socioeconómico y empresarial de los medios de comunicación, teniendo en cuenta sus procesos y rutinas informativas.

Además, se analiza y estudia la relación existente entre la comunicación y las redes de poder político y económico.

Título asignatura

El contexto mediático

Código asignatura

101320

Curso académico

2013-14

Planes donde se imparte

[MÁSTER EN COMUNICACIÓN INTEGRAL AVANZADA](#)

Créditos ECTS

2

Carácter de la asignatura

OBLIGATORIA

Duración

Anual

Idioma

Castellano

CONTENIDOS

Contenidos

- Mapa de la comunicación global y local
- La empresa comunicativa
- Conocimiento del escenario
- Encuestas
- Marketing
- Comunicación y poder

COMPETENCIAS

Generales

CG1.- Describir, relacionar e interpretar planteamientos teóricos y prácticos en el marco de la comunicación y la globalización.

CG3.- Conocer el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas aprendidas.

CG4.- Aprender de las experiencias en clase para tomar decisiones futuras.

CG15.- Realizar análisis con la profundidad y coherencia necesarios para servir de apoyo en la toma de decisiones con impacto.

CG16.- Conocer y aplicar metodología para la realización de encuestas.

CG17.- Relacionar los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas.

CG18.- Argumentar, discutir y defender las conclusiones y planteamientos con rigor y capacidad de autocrítica.

CG19.- Revisar las opciones y alternativas con un razonamiento crítico que permita discutir y argumentar opiniones contrarias.

Específicas

CE6.- Conocer, comprender y relacionar los principales grupos mediáticos nacionales e internacionales así como sus procesos de operación.

CE7.- Identificar y comprender los procesos de flujos de sinergias que se producen en el entramado mediático global.

CE8.- Conocer y aplicar las principales herramientas para el desarrollo de información dentro del sector.

CE9.- Evaluar e interpretar los resultados de las encuestas.

CE10.- Comprender, analizar y utilizar las herramientas fundamentales del marketing.

CE11.- Comprender y aplicar a casos prácticos las relaciones que existen entre la comunicación y el poder político, económico y financiero.

PLAN DE APRENDIZAJE

Metodologías docentes

Sesiones presenciales: lecciones magistrales, sesiones generales de presentación de contenidos, exposición pública de temas o trabajos, ejercicios y resolución de problemas.

Aula virtual: a través de la página web y aula virtual del Máster los alumnos tienen acceso a información adicional de las asignaturas, así como a tutorías personalizadas. El aula virtual permite a su vez la comunicación entre alumnos, organización de trabajos y prácticas y sirve de continuidad, apoyo y contacto entre alumnos y profesores.

El aula virtual es fundamental para el trabajo dirigido que los alumnos realizan fuera de clase: estudio y documentación, monografías de carácter teórico o práctico, sesiones tutoriales y aprendizaje colectivo.

Seminarios, talleres y debates: Serán impartidos por los profesores de la asignatura y en ellos se analizarán casos prácticos. Al finalizar la actividad, los estudiantes realizarán una reflexión-comentario escrito en el que deberán aplicar los conocimientos adquiridos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

La evaluación del rendimiento del trabajo del alumno y de las competencias adquiridas se realizará teniendo en cuenta un examen escrito, la presentación pública de trabajos y la participación activa del alumno en el aula.

Examen escrito (40%):

Se pide que el examinado seleccione respuestas de entre un número dado de posibilidades, como variante o variantes correctas ante las preguntas planteadas.

Presentación pública (30%):

Se pide que los examinados expongan públicamente en un tiempo limitado, de modo oral, los resultados de un trabajo monográfico realizado por ellos, tanto individual como colectivamente.

Participación activa del alumno en el aula (30%):

Participación, búsqueda de información adicional, reflexión para la toma de posición personal sobre temas concretos, proactividad..., valorándose por parte del profesor de la materia tanto las aportaciones como las actitudes del alumno, fruto de un proceso de aprendizaje relacionado con las competencias definidas para la materia.

PROFESORADO

Profesor responsable

Campo Vidal, Manuel José

Doctor en Sociología (UCM)

Periodismo (UAB)

Ingeniero Técnico en Electrónica Industrial (UPC)

Presidente de Next International Business School

Presidente emérito de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España

Profesorado

Finotto , Luca

Dirección de Marketing y Publicidad

Pastor Yélamos, Fernando

Director Social Media-PR 2.0

ShackletonBuzz&Press

Martínez Utrera, Federico

Doctor en Comunicación Audiovisual

Secretario general de CesNext

Universidad Camilo José Cela

Castells Oliván, Manuel

Ex Ministro de Universidades