



**Nebrija**  
*Universidad*

**Grado en Publicidad  
y Comunicación  
Audiovisual**

PER104  
**INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS  
DE COMUNICACIÓN**

**Asignatura:** PER104 Introducción a los medios de Comunicación .....

**Formación:** Obligatoria .....

**Créditos:** 6.0 .....

**Curso:** primero .....

**Semestre:** 2S .....

**Grupo:** 1PU-1CA .....

**Profesor:** D. Cosme Ojeda Puig.....

**Curso académico:** 2011-2012

## 1. REQUISITOS PREVIOS

No se necesitan requisitos previos.

## 2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

La asignatura versa sobre la evolución histórica de las modalidades periodísticas españolas, así como teorías, conceptos y corrientes que las estudian.

## 3. COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

### Competencias:

- Poseer y comprender conocimientos acerca de los procesos globales de la comunicación y la información, así como de los diferentes modelos existentes.
- Aplicar dichos conocimientos al diseño de programas de comunicación en función de los diferentes medios.
- Desarrollar habilidades para transmitir información a un público especializado y no especializado.
- Reunir e interpretar datos y tras su reflexión, emitir juicios.

### Resultados del aprendizaje:

- Comprensión de los términos y conceptos relacionados con la estructura de los medios convencionales y aproximación a los no convencionales.
- Habilidad para entender el entorno y adaptarse al cambio, así como trabajar en equipo de forma eficaz.
- Conocer la comunicación como soporte de la actividad profesional

#### 4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

- Teoría: 1,2 ECTS (20%). Las clases teóricas estarán basadas en la lección magistral. Se describirán y analizarán los medios de comunicación de masas, sus características, tipologías y problemática.
- Práctica: 1,8 ECTS (30%). Las clases prácticas estarán basadas en la realización de trabajos en grupo, talleres de discusión.
- Trabajo personal del alumno: 1,8 ECTS (30%). Desde el comienzo del curso se instruirá al alumno en el uso de fuentes bibliográficas esenciales en esta materia que permitan al alumno su empleo futuro de una forma autónoma. El trabajo personal del alumno incluye la investigación, estudio individual y elaboración de los trabajos prácticos.
- Tutorías docentes: 0,6 ECTS (10%). Tutorías individuales y conjuntas donde se supervisarán los trabajos que se están llevando a cabo en la asignatura y se pondrán en claro contenidos y competencias que necesiten ser esclarecidos. .
- Evaluación: 0,6 ECTS (10%).

#### 5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

##### 5.1. Convocatoria Ordinaria:

- 5.1.1. Asistencia y participación en clase: 10%.
- 5.1.2. Actividades académicas dirigidas: 25%
- 5.1.3. Prueba parcial: 15%
- 5.1.4. Prueba final: 50%

##### 5.2. Convocatoria Extraordinaria:

- 5.2.1. El examen final de la convocatoria extraordinaria tiene una valoración porcentual del 65%.
- 5.2.2. La calificación de los trabajos obtenida en convocatoria ordinaria se aplica a la convocatoria extraordinaria con una ponderación del 25%.
- 5.2.3. El alumno ha de presentar de nuevo los trabajos si los suspendió en convocatoria ordinaria o si los aprobó pero desea superar la calificación anterior.
- 5.2.4. El 10% en asistencia y participación se pierde en convocatoria extraordinaria.

##### 5.2. Restricciones:

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

El alumno que injustificadamente deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales, podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

##### Advertencias sobre plagios

La Facultad de Ciencias de la Comunicación no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen.

En caso de detectarse este tipo de prácticas la sanción consistirá en el suspenso de la asignatura en la convocatoria correspondiente.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía básica

- Cebrian Herreros, M., *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Paidós, Barcelona, 2004.
- Díaz, Lorenzo. *La radio en España 1923-1998*. Alianza Editorial.
- Pérez Ruiz, M. A., *Fundamentos de las estructuras de la publicidad*. Editorial Síntesis. Madrid. 1996.
- Perlado Lamo de Espinosa, M., *Planificación de medios de comunicación de masas*. McGraw Hill. Madrid. 2006.

### Biografía complementaria

- Almirón, N., *Los amos de la globalización*. Plaza & Janés. Barcelona, 2002.
- Castellblaque, M. R., *Estructura de la actividad publicitaria*. Barcelona. Paidós Papeles de la Comunicación. 2001.
- Cebrian Herreros, M., *La información en televisión*. Obsesión mercantil y política, Gedisa, Barcelona, 2004.
- Cortes, J.A., *La estrategia de la seducción. La programación de la neotelevisión*. Eunsa. Pamplona, 1999.
- Infoadex. Estudio Infoadex de la Inversión Publicitaria en España 2007. InfoAdex.
- Marcía – Mercadé, J. *La comunicación regional y local*. Ciencia 3. Madrid. 1993.
- Perez de Silva, J., *La televisión ha muerto: la nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial*. Barcelona. Gedisa. 2000.
- Merrill, John C., Lee, John; Jay, Edward; Friedlander. *Medios de comunicación social. Teoría y Práctica en EE.UU. y en el mundo*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Reig, R., *Medios de comunicación y poder en España*. Paidós. Barcelona. 1998.
- Victoria Mas, J.S., *Reestructuras del sistema publicitario*. Ariel. Barcelona. 2005.
- Zenith Media. *Los medios en España y Portugal 2007*. Zenith Media.
- SALAVERRIA, RAMÓN: *Online Journalism Meets the University*. SBPJor 2011. Brazilian Journalism Research vol. 7, núm. 11
- BRIGGS, Asa y BURKE, Peter: *De Gutemberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*, Taurus, Madrid, 2002.
- SINCLAIR, John: *Televisión: comunicación global y regionalización*, Gedisa, Barcelona, 2000.
- PALACIO MANUEL; *Historia de la Televisión en España*; Editorial Gedisa S.A. Barcelona 2001.
- CONTRERAS, JOSÉ MIGUEL Y PALACIO, MANUEL: *La programación de televisión*, Editorial Síntesis, Madrid, 2001.
- JIMÉNEZ HERVÁS, Pedro y PÉREZ SILVA, Javier, *La televisión contada con sencillez*, Maeva, Madrid, 2002
- SOLARINO, Carlo, *Cómo hacer televisión*, Ediciones Cátedra S.A., Madrid, 1993
- Carlos M. Aranz. *Negocios de televisión*, Gedisa, 2002. Francisco Pérez Latre y José Luis Orihuela,

- Estrategias de marketing de las empresas de televisión, Eunsa, 1997. Vaca Berdayes, Ricardo. Quién manda en el mando: comportamiento de los españoles ante la televisión. Visor, Madrid, 1997.
- ALONSO, M.; MATILLA, L. y VÁZQUEZ: Teleniños públicos / teleniños privados, Ediciones de la Torre, Madrid, 1995.
- Martínez-Roca, M.P. (1997): La radio en la era digital. Edt. El País Aguilar. Madrid.
- Cebrián, Mariano (2000): "Nuevos ámbitos radiofónicos para la publicidad". En La publicidad en la radio. VI Jornadas de Comunicación Social. Edt. Universidad de Vigo. Pontevedra.
- Cebrián, Mariano (1992): Géneros informativos audiovisuales. Edt. Ciencia Distribución, S.A. Madrid Huertas Bailén, A. y Perona Páez, J.J. (1999):
- Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Editorial Bosch. Barcelona. Bravo, J. (2000):
- "Contenidos y audiencias: retos de la investigación". En IV Ciclos de Otoño en Comunicación. Edita Fundación General Complutense. Madrid.
- González, M. A. y Carrero, E. (1997): Manual de Planificación de Medios. ESIC ed. Madrid.
- MEDINA, A. Apuntes para un cambio de siglo publicitario. Madrid: Cinca, 2004.

## Enlaces

- GECA: La televisión educativa en España, informe encargado por el Gabinete de Estado de Educación, del Ministerio de Educación y Ciencia; Madrid, 1995. Copia disponible en: [www.cnice.mecd.es/tv\\_mav/tvedu/invdoc/teleduc.htm](http://www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/invdoc/teleduc.htm)
- [http://www.pntic.mec.es/recursos2/estudiantes/jovenes/op\\_21.htm](http://www.pntic.mec.es/recursos2/estudiantes/jovenes/op_21.htm)  
El poder de la publicidad. Conceptos básicos sobre la publicidad  
MECD - CENICE
- [http://www.pntic.mec.es/recursos2/estudiantes/jovenes/op\\_19.htm#02](http://www.pntic.mec.es/recursos2/estudiantes/jovenes/op_19.htm#02)  
El mundo de la publicidad. Introducción teórica sobre la publicidad  
MECD - CENICE
- <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpyyFykAkkRXaZLydv.php>  
Teoría de la publicidad. Monografía sobre la creación de una campaña publicitaria.  
Ilustrados.com
- <http://www.portalcursos.com/Publicidad/temario.htm>  
Curso sobre publicidad. 31 Temas. Muy completo e interesante.
- <http://lawebespiral.org/denuncios/Home.htm>  
Denuncias. Página web de la ONG Espiral sobre contrapublicidad.
- <http://www.nologo.org/>  
Página de crítica a las multinacionales. Basada en el libro del mismo nombre de Naomi Klein-No logo. En inglés.
- <http://www.subvertise.org/> Página de contrapublicidad de Gran Bretaña. En inglés.
- <http://www.iaaglobal.org/default.asp?subsiteID=2>  
Asociación internacional de publicidad. En inglés.
- <http://multidoc.rediris.es/publicocnet/index.php> Publicocnet. Portal de la documentación publicitaria en Internet
- <http://www.aap.es/data/pdfs/cod0002.pdf>  
Código ético sobre publicidad en Internet

## 7. BREVE CURRÍCULUM DEL PROFESOR

Licenciado en Derecho. UCM. Doctorando en Comunicación y Educación en Entornos Digitales UNED (2010-2013). Director de *Selecciones Reader's Digest*, edición española de la revista. (1995-2011). Redactor Jefe de la revista *Política Exterior* (1990-1993). Dirección del número monográfico de Informes de Política Exterior con motivo de la Conferencia de Paz sobre Oriente Próximo celebrada en Madrid. Colaborador en la realización semanal de informes internacionales para distintas sociedades y personalidades de la vida pública española y extranjera (incluido Kissinger Associates). Colaborador como freelance en la *Revista Española de Defensa*, la revista *Hechos* y otros medios. Profesor asociado de Professional Deontology y de E-Government en IE University en el grado de periodismo para alumnos de 2º y 3º. (2011-2012) Profesor de Comunidades Europeas en diferentes seminarios organizados por el IMEFE (1993-95)

## 8. LOCALIZACIÓN DEL PROFESOR

Edificio Zamora Vicente. Previa petición de hora al profesor al finalizar la clase o en la Secretaría de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.  
Email: [cojeda@nebrija.es](mailto:cojeda@nebrija.es)

Tutorías: consultar el horario de tutorías en el tablón de anuncios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

## 9. CONTENIDO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

**GRADO:** Periodismo y Comunicación Audiovisual .....

**ASIGNATURA:** PER104 Introducción a los medios de comunicación .....

**CURSO:** primero..... **SEMESTRE:** 2S ..... **CRÉDITOS ECTS:** 6

Semana	Sesión	Sesiones de Teoría, Práctica y Evaluación continua	Estudio individual y trabajos prácticos del alumno	Horas Presenciales	Horas/Semana Estudio teórico/práctico y trabajo. Máx. 7 horas semanales como media
1	1	Presentación profesor/alumnos. Presentación de la programación. Metodología y materiales a utilizar. ➤ <i>Lunes 13 Febrero 2012</i>		1hr30	
1	2	Medios Convencionales y No convencionales. Clasificación ➤ <i>Martes 14 febrero 2012</i>		1hr30	
1	3	Papel de la publicidad en los MMCC. Evolución histórica de la inversión publicitaria de los medios. ➤ <i>Viernes 17 Febrero 2012</i>	Trabajo en clase analizando el porcentaje de ingresos que supone la publicidad en cada uno de los medios (individual)	1hr30	
2	4	Los periódicos I. Breve historia del medio. ➤ <i>Lunes 20 Febrero 2012</i>	Análisis comparativo de distintos periódicos I. Planteamiento del trabajo. (Trabajo en grupo)	1hr30	
2	5	Los periódicos II. Características principales. ➤ <i>Martes 21 Febrero 2012</i>		1hr30	
3	6	Los periódicos III. Clasificación y Tipologías de los diarios. ➤ <i>Lunes 27 Febrero 2012</i>		1hr30	
3	7	Los periódicos IV. Evolución y futuro del medio. ➤ <i>Martes 28 Febrero 2012</i>		1hr30	
3	8	Las revistas. Breve historia del medio. ➤ <i>Viernes 02 Marzo 2012</i>	Elaboración de una clasificación de revistas.	1hr30	
4	9	Las revistas. Clasificación y Tipologías. ➤ <i>Lunes 05 Marzo 2012</i>		1hr30	
4	10	Las revistas. La segmentación y especialización ➤ <i>Martes 06 Marzo 2012</i>		1hr30	
5	11	Las revistas. Evolución y futuro del medio. ➤ <i>Lunes 12 Marzo 2012</i>		1hr30	
5	12	La publicidad exterior I. Breve historia y evolución. Estructura del medio. ➤ <i>Martes 13 Marzo 2012</i>		1hr30	
6	13	La publicidad exterior. Características de los distintos soportes. Evolución y futuro del medio. ➤ <i>Viernes 16 Marzo 2012</i>		1hr30	
6	14	Prueba parcial ➤ <i>Martes 20 Marzo 2012</i>		1hr30	

6	15	La radio I. Breve historia. Características principales. ➤ <i>Viernes 23 Marzo 2012</i>	Leer Capitulo de Lorenzo Díaz	1hr30	
7	16	La radio II. Estructura del medio. ➤ <i>Lunes 26 Marzo 2012</i>	Actividad: Realización de una cuña sobre el Festival "Tocados por la Publicidad" o sobre el Festival de cortos AdN (Trabajo en grupo)	1hr30	
7	17	La radio III. La programación y formatos publicitarios. Evolución y futuro del medio ➤ <i>Martes 27 Marzo 2012</i>		1hr30	
8	18	El Cine I. Breve historia. Características principales y estructura del medio. ➤ <i>Martes 10 Abril 2012</i>		1hr30	
8	19	El Cine II. El Product Placement, licencias, merchandising y otros formatos de publicidad en cine. ➤ <i>Viernes 13 Abril 2012</i>	Estudio del Product Placement en una película. (Trabajo individual)	1hr30	
8	20	La televisión I. Breve historia y evolución. ➤ <i>Lunes 16 Abril 2012</i>		1hr30	
9	21	La televisión II. Características principales y estructura del medio. ➤ <i>Martes 17 Abril 2012</i>	Estudio de programaciones en distintas cadenas de TV. Presentación. (Trabajo en grupo)	1hr30	
9	22	La televisión III. La programación y formatos publicitarios. ➤ <i>Viernes 20 Abril 2012</i>		1hr30	
10	23	La televisión IV. Estructura de la TV actual. TDT Cadenas generalistas y Temáticas. ➤ <i>Lunes 23 Abril 2012</i>		1hr30	
10	24	La televisión V. Evolución y futuro del medio. TV Interactiva, PVR, etc. ➤ <i>Martes 24 Abril 2012</i>		1hr30	
10	25	Internet y otros medios interactivos. Breve historia y evolución. ➤ <i>Viernes 27 Abril 2012</i>		1hr30	
11	26	Internet y otros medios interactivos. Características principales y estructura del medio. ➤ <i>Lunes 07 Mayo 2012</i>	Análisis de las redes sociales. (Trabajo en grupo)	1hr30	
11	27	Internet y otros medios interactivos. Estructura de Internet. Principales servicios y formatos publicitarios. ➤ <i>Martes 08 Mayo 2012</i>		1hr30	
12	28	Internet y otros medios interactivos. Evolución permanente. ➤ <i>Lunes 21 Mayo 2012</i>		1hr30	
12	29	Internet y otros medios interactivos. Futuro del medio. ➤ <i>Martes 22 Mayo 2012</i>		1hr30	
13 a 14		<b>Evaluación Final Ordinaria</b>		6 hr	
15 a 16		<b>Evaluación Final Extraordinaria</b>			
1 a 16		<b>Tutorías</b>		15hr	



TOTAL				64hr30	85hr30 = 150 horas
-------	--	--	--	--------	-----------------------