



CEU
*Universidad
San Pablo*

Guía Docente

***MATERIA: PANORAMA ACTUAL DE LA INDUSTRIA
RADIOFÓNICA SEMESTRE 1º***

MÁSTER EN RADIO (COPE) CURSO 2020/21

***FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN***

1. IDENTIFICACIÓN DE LA MATERIA

1.- MATERIA:

Módulo en el que se integra la materia: : Producción radiofónica y multimedia		
Nombre: Panorama actual de la industria radiofónica española		
Código: 10275		
Curso(s) en el que se imparte: 1º	Semestre(s) en el que se imparte: 1º	
Carácter: Obligatoria	ECTS: 2	Horas ECTS: 25
Idioma: Español	Modalidad: Presencial	
Facultad en la que se imparte la titulación: Humanidades y Ciencias de la Comunicación		
Master(es) en que se imparte la MATERIA: Máster Universitario en Radio (COPE)		
Directora del Máster: Mayka Jiménez Director académico: Mario Alcudia	DATOS DE CONTACTO	
Mayka Jiménez Delgado	Tfno. 670.980.806 e-mail: m.jimenez@fundacioncope.com	
Mario Alcudia Borreguero	Tfno. 91.453.95.28 e-mail malcudia@ceu.es	

2.- ORGANIZACIÓN DE LA MATERIA:

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad
Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

2. PROFESORADO DE LA MATERIA

1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

Responsable/Coordinador de Materia	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dr. José Antonio Alonso
Tlfno:	91.456.42.00 (Ext. 14533)
Email:	joseantonio.alonsofernandez@ceu.es
Despacho:	Centro Audiovisual- Despacho 10
Perfil Docente e Investigador	Colaborador Doctor
Líneas de Investigación:	Los magacines programas de entretenimiento radiofónicos Historia de los espacios radiofónicos del fin de semana en la radio generalista

Profesor Asignaturas 1 y 2	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dr. José Antonio Alonso
Tlfno (ext):	91.456.42.00 (Ext. 14533)
Email:	joseantonio.alonsofernandez@ceu.es
Despacho:	Centro Audiovisual- Despacho 10

2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas a la materia, los alumnos pueden contactar con la Directora, el Director Académico y los profesores a través del e-mail.

3. DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA

Mediante el planteamiento de casos de estudio los alumnos/as elaborarán informes en los que demostrarán ser capaces de aplicar herramientas de análisis estructural y competitivo a los distintos segmentos de la industria para establecer conclusiones sobre estrategias genéricas existentes, ventajas competitivas, modelos organizativos, modelos de negocio e identificación de su cadena de valor.

Se llevará a cabo el estudio e investigación de la imagen de una empresa, institución o corporación radiofónica.

4. COMPETENCIAS

1.- COMPETENCIAS:

Código	Competencias Básicas y Generales
CG1	Capacidad y habilidad de selección y gestión informativa procedente de fuentes diversas y de distintos medios y soportes.
CG4	Capacidad para identificar, comparar y valorar criterios generales o específicos de las distintas industrias involucradas o relacionadas en el proceso comunicativo radiofónico.
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudios
CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Código	Competencias Específicas
CE1	Capacidad para valorar y comparar las distintas industrias involucradas y, con precisión, los distintos segmentos, estrategias y técnicas que forman parte de las industrias y sectores de la comunicación radiofónica y multimedia, así como las fuerzas competitivas y del entorno y los actores que la componen.

2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Código	Resultados de Aprendizaje
1	Capacidad para valorar y comparar las distintas industrias involucradas y, con precisión, los distintos segmentos, estrategias y técnicas que forman parte de las industrias y sectores de la comunicación radiofónica y multimedia, así como las fuerzas competitivas y del entorno y los actores que la componen.

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

Total Horas de la Materia	40
---------------------------	----

Código	Nombre	Horas	Presencialidad
AF2	Seminario	20	100
AF3	Taller	6	100
AF4	Trabajos individuales	8	0
AF5	Trabajo en grupo	6	0

2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Actividad	Definición
AF2 Seminario	Clases en las que el profesor explica desde el punto de vista teórico el contenido de cada una de las asignaturas
AF3 Taller	Prácticas de los alumnos, individuales o en grupo, en el aula y/ o en el estudio de radio para desarrollar las habilidades y destrezas adquiridas en los seminarios)
AF4 Trabajo individual	Lectura de la bibliografía. Producción y realización de contenidos de los programas.Preparación de exámenes)
AF5 Trabajo en grupo	Actividad dedicada a la elaboración de trabajos (prácticas) de las materias correspondientes y a la producción de programas y entrevistas, asistencia a diversos actos, etc)

6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1.- ASISTENCIA A CLASE:

Para poder acogerse al sistema de evaluación es precisa la asistencia al 90% de las clases. No se admitirán justificaciones de ausencia.

2.- SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN		
SE	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Trabajo individual (Evaluación continua de la participación del alumno en clase y los ejercicios y prácticas que realice)	0	7

Trabajo en grupo (Calificación de la participación del alumno en el trabajo de equipo encargado por el profesor)	0	3
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Código	Nombre	Peso
SE2 (EX)	Examen/ Trabajo teórico-práctico global	100%

3.- DESCRIPCIÓN SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMAS DE EVALUACIÓN
Trabajo individual (Evaluación continua de la participación del alumno en clase y los ejercicios y prácticas que realice)
Trabajo en grupo (Calificación de la participación del alumno en el trabajo de equipo encargado por el profesor)
Exámenes teóricos (Evaluación final de las pruebas teóricas, tanto las de tipo test como las que requieran la redacción de la respuesta solicitada)
Pruebas prácticas (Calificación de los trabajos prácticos llevados a cabo el alumno, tanto en el aula como en los estudios de radio)
Participación del alumno (Evaluación continua de la participación del alumno en clase)

7 y 8. PROGRAMA Y BIBLIOGRAFÍA DE LAS ASIGNATURAS

PROGRAMA DE LAS ASIGNATURAS 1 y 2: “Los grupos multimedia y su incidencia en el medio radiofónico” y “Análisis estructural y competitivo de la industria radiofónica”

PROGRAMA TEÓRICO:

1. Panorama de la industria radiofónica

- 1.1- Los grupos de comunicación y sus radios
- 1.2- La empresa
- 1.3- Los órganos de gobierno en la sociedad (en la empresa) 1.4- La integración de las radios en los grupos multimedia

2. Estructura de la radios:

- 2.1- Repaso a los últimos años de radio en España. Movimiento y estrategia comercial.
- 2.2- El poder de la web y las redes sociales
- 2.3- Fichajes en las emisoras con la nueva temporada

3- La programación

- 3.1- La audiencia y su influencia en la programación

4- La línea editorial

- 4.1- El ideario de la *Cadena COPE*
- 4.2- La influencia de poderes fácticos en la programación y contenidos
 - 4.2.1- Los consejos de administración
 - 4.2.2- Los anunciantes
 - 4.2.3- Los partidos políticos

PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

Los alumnos aplicarán lo explicado en clase sobre integración de contenidos y nuevos formatos y lenguajes multimedia. La integración de contenidos es una de las consecuencias más notables que está produciendo en el entorno de los medios de comunicación periodísticos la globalización de la elaboración y el acceso “indiscriminado” a la información propiciado por la revolución en marcha actualmente en Internet: la digitalización de los medios de comunicación

En su modalidad básica, la *Convergencia* se concreta en “la difusión de los mismos contenidos a través de distintos medios”, cuando “la misma noticia se publica, sin modificación alguna, en dos o más medios de un grupo”. En su modalidad más avanzada, coincide con el fenómeno denominado *Multiplataforma*

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

BARRIO OLANO, José Ignacio: *Radio 3.0 Una nueva radio para una nueva era.* Fragua, 2011

BUSTAMANTE RAMÍREZ, E.: *Radio y televisión en España,* Gedisa, 2006.

GARCÍA AVILÉS, J. A. *Estándares profesionales en la convergencia de redacciones multimedia. Hacia una cultura periodística convergente.* En *Las encrucijadas de la comunicación: límites y transgresiones. IV Congreso Internacional de Comunicación y Realidad.* Barcelona: Trípodos, p. 345-357. Barcelona: Universitat Ramon Llull, 2007

FIDLER, ROGER, *Mediamorfosis, comprender los nuevos medios,* pag 57 y 58, Colección Marketing/ Publicidad, Ediciones Granica S.A., 1997, Buenos Aires, Argentina

SALAVERRÍA, RAMÓN; NEGREDO, SAMUEL, *Periodismo Integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones ;* Editorial Sol 90media, Barcelona, 2008

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

ACADEMIA DE LAS CIENCIAS Y LAS ARTES DE TELEVISIÓN: *La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital,* Madrid, Fundación EOI, 2010

CABRERA GONZÁLEZ, M^a Ángeles (Coord.): *Evolución Tecnológica y Cibermedios,* Sevilla-Zamora, Comunicación Social ediciones y Publicaciones, 2010a

DÍAZ NOCI, J., *La escritura digital: hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico,* UPV, Bilbao, 2001.

LEGORBURU, J. M., □“Radio generalista e Internet: cambio de mentalidad y producción específica” en **LÓPEZ LITA, R. et al (Coords.):** *La comunicación local por Internet,* Universidad Jaime I, Castellón de la Plana, 2006.

MATEU ASÍN, Marc y CLAVELL CORBERA, Ferrán, “El nuevo escenario audiovisual: los contenidos multiplataforma”, en **ALBERCIH PASCUAL, Jordi y ROIG TELO, Antoni (Coords.)** *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas,* Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya, 2005

NEGROPONTE, Nicholas: *El Mundo Digital,* Barcelona, Ediciones B, 1995

ROJO VILLADA, P. A., *Producción periodística y nuevas tecnologías. Estrategias de prensa ante la convergencia mediática,* Comunicación Social, Sevilla, 2003

RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

Cadena COPE: <http://www.cope.es/>

Cadena SER: <http://www.cadenaser.com/>

Onda Cero Radio: <http://www.ondacero.es/>

Radio Nacional de España: <http://www.rtve.es/radio/>

DEUZE, M. (2008). «The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture». *Observatorio (OBS) Journal*, 7, p. 103-117. Lisboa: Obercom; y SCOLARI, C.; NAVARRO, H.; PARDO, H.; MICÓ, J. L.; COLL, I. (2006). [en línea]: «Nous perfils professionals de l'actual panorama informatiu audiovisual i multimèdia de Catalunya». Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID), Universitat de Vic.

http://www.portalcomunicacion.com/pdf/CAC_UVIC.pdf

Institute for New Media Studies - <http://www.inms.umn.edu>

Interactive Narratives - <http://www.interactivenarratives.org>

- J-Lab: The Institute for Interactive Journalism - <http://www.j-lab.org>
 - **Periódicos digitales:**
 - **Te Interesa:** www.teinteresa.es
 - **Webs de prensa en papel: los portales de la prensa tradicional en papel nos aportan inmediatez** (www.elmundo.es, www.elpais.com, www.larazon.es, www.abc.es, www.lavanguardia.com, www.elperiodico.es)
 - **Confidenciales:** www.elconfidencial.com, www.elconfidencialdigital.com, etc... (pueden ponernos sobre la pista, pero este tipo de portales exigen un trabajo serio de contraste de la noticia)
- Cadena Cope: www.cope.es

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Capacidad para valorar y comparar las distintas industrias involucradas y, con precisión, los distintos segmentos, estrategias y técnicas que forman parte de las industrias y sectores de la comunicación radiofónica y multimedia. Para ello, se propone un trabajo práctico en el que el alumno elaborará una propuesta relacionada con la innovación en la programación radiofónica generalista.

9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

1.- NORMAS:

Las faltas en la Integridad Académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas.

Asimismo el Máster describe las normas de comportamiento del alumno en el plan de Acogida (punto 3) que dispone el alumno/a desde el primer día de clase, disponible también en el Aula Virtual.