Universidad Rey Juan Carlos

GUÍA DOCENTE

EMPRESA PERIODISTICA

GRADO EN PERIODISMO

CURSO 2026-27

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

Fecha de publicación: 26-06-2026

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

El objetivo de la asignatura **Empresa Periodística** es propiciar un **acercamiento del alumno/a a la empresa periodística que le permita conocer el funcionamiento de estas y el contexto empresarial en el que se desenvuelve la profesión periodística**, **como resultados globales de aprendizaje.**

Al finalizar con éxito el proceso de enseñanza-aprendizaje de esta asignatura, el alumno/a conocerá los elementos básicos del **mercado de la información**, sus características, su dimensión económica y actores principales; los **fundamentos de la empresa periodística** y la evolución de esta a lo largo del tiempo, comprendiendo además lo que es peculiar de la misma; conocerá y comprenderá el funcionamiento de las empresas periodísticas y los principios básicos de **organización y estructura**, la **gestión** de la empresa periodística y, de forma básica, su **administración contable**; y los **nuevos modelos de negocio** de la empresa periodística en el entorno de la economía digital. Además, el alumno/a será capaz de **aplicar los conocimientos adquiridos** en la correcta ideación y planificación de un proyecto empresarial periodístico y/o en la consultoría de una empresa periodística.

Esta acercamiento al mundo de la empresa se realizará **utilizando metodologías activas** con las que alcanzar los conocimientos teóricos y prácticos establecidos. Y manteniendo una **aproximación a través de su situación contextual,** al operar la empresa periodística en un mercado en continua transformación, inmerso en la Economía digital, que ha propiciado el planteamiento de una nueva definición de la industria mediática y una creciente presión por el recurso a la innovación continua y al emprendimiento y que, por tanto, ha transformado la estructura de las empresas que operan en el mismo y sus modelos de negocio.

Con este proceso se busca que el alumno/a **perciba la realidad de la profesión desde el punto de vista de la empresa periodística, alcanzando conocimientos en los que basar su futura actuación profesional, y preparado para asimilar las transformaciones futuras.** Asimismo, la formación en emprendimiento/auditoría le coloca en un **lugar avanzado del mercado laboral**. Todo lo cual **le permitirá desempeñar un papel transformador en la sociedad con su ejercicio profesional.**

III.-Resultados de Aprendizaje

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

CG13. Conocer, esencialmente, el contexto particular en el que se desenvuelve la profesión periodística, en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.
CG14. Poseer una disposición favorable a la formación permanente y actualizada para hacer frente a los cambios y novedades (de orden social, cultural, tecnológico, etc.) puedan suceder en el curso de la vida laboral.
CE25. Conocer el funcionamiento de las empresas periodísticas.

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Tema 1. Introducción a la Empresa Periodística, el mercado informativo y el plan empresarial
Tema 2. Concepto y características de la empresa periodística: rasgos singulares
Tema 3. Organización y estructura de la Empresa Periodística
Tema 4. Gestión de la empresa periodística. Los gastos e ingresos en la Empresa Periodística. Fuentes de financiación y nuevas tendencias
Tema 5. Difusión informativa y audiencias
Tema 6. La planificación estratégica: estudios de casos de prensa, radio y televisión
Tema 7. Los nuevos modelos de negocio
NOTA ACLARATORIA: *El orden del programa podrá sufrir variaciones en función del desarrollo de las pruebas y las consideraciones académicas de cada docente.*

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Prácticas	Trabajos individuales y/o en grupo (aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.).
Trabajos colectivos	Proyecto Plan de Empresa periodística y/o Auditoría de una empresa periodística y/o desarrollo de un tema relacionado con la asignatura
Lecturas	Comentarios de noticias relacionadas con la asignatura que sirvan para actualizar la asignatura
Realización de pruebas	Pruebas de evaluación (pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)
Presentaciones orales	Presentaciones orales de trabajos colectivos
Otras actividades	Actividades relacionadas (jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)
Otras actividades	Tutorías académicas
Otras actividades	Clases teóricas y teórico-prácticas

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	30
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	15
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	15
Tutorías académicas	14
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	4
Preparación de clases teóricas	40
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	27
Preparación de pruebas	35
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Seminarios	Semana 1 a Semana 15	Actividades relacionadas (jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)
Otras actividades	Semana 1 a Semana 15	Posibilidad de acercamiento del alumnado al entorno emprendedor
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	Tutorías académicas
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Trabajos individuales y/o en grupo (aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.).
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Proyecto Plan de Empresa periodística y/o Auditoría de una empresa periodística y/o desarrollo de un tema relacionado con la asignatura
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Comentarios de noticias relacionadas con la asignatura que sirvan para actualizar la asignatura
Pruebas	Semana 1 a Semana 15	Pruebas de evaluación (pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Clases teóricas y teórico-prácticas

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

CONVOCATORIA ORDINARIA

La evaluación continua se regirá por los siguientes parámetros:

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN							
	Actividad	**Carácter**	**Modalidad**	**Tipo**	**Nota mínima**	**Ponderación**	**Periodo**	**Contenido**
SE 1	Prueba escrita teórico-práctica	Individual	Presencial	Revaluable	4,5	60%	En periodo ordinario de evaluación	Sobre los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura.
SE 5	Evaluación de trabajo individual/grupal escrito, audiovisual o en soporte web.	Grupal*	Presencial	Revaluable	5	30%	Elaboración a lo largo del curso, entrega entre semanas 12 a 15	Plan de Empresa periodística y su presentación y/o Auditoría de una empresa periodística y/o análisis de mercado respecto a aspectos concretos de este.
SE 5	Evaluación de trabajo individual/grupal escrito, audiovisual o en soporte web.	Individual/Grupal	Presencial	No revaluable***	NO	10%	En semanas puntuales**	Entre 5 y 8 ejercicios relacionados con los contenidos de la asignatura. Se realizará la media con las 4 mejores calificaciones.

(*) En caso de realizarse en **convocatoria extraordinaria** podrá ser elaborado de forma individual

(**) Previamente las semanas no pueden definirse porque algunas prácticas están ligadas a la situación cambiante del mercado.

(***) Por tratarse de actividades desarrolladas mediante dinámicas activas y contextuales de aprendizaje, cuya naturaleza impide su replicación en condiciones equivalentes en una eventual revaluación.

La nota final de la convocatoria ordinaria será la media de la prueba de evaluación de la teoría y del trabajo práctico, siempre que la calificación de estas sea igual o mayor que la nota mínima establecida. Todo con su correspondiente ponderación.

En la **convocatoria adelantada** se aplicará el mismo método de evaluación que en la convocatoria extraordinaria.

En todos los casos, las faltas de ortografía supondrán una disminución de la calificación en cualquiera de las etapas de evaluación de la asignatura, así como en la calificación final.

La detección de plagio y del uso espurio de aplicaciones de inteligencia artificial en cualquier trabajo académico será calificado como suspenso en la asignatura en la convocatoria en la que sea detectado.

El uso de ordenadores, tabletas, móviles y otros dispositivos electrónicos en el aula estará sujeto a regulación docente, de modo que cada profesor o profesora podrá autorizarlo o restringirlo en función de criterios didácticos y del tipo de sesión, debiendo informar expresamente de estas condiciones al inicio del cuatrimestre en la presentación de la asignatura.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.
Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.
Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Aguado, Guadalupe; Galán, Javier; Fernández-Beaumont, José; García, Luis-José (2008). *Organización y gestión de la empresa informativa*. Madrid: Síntesis.

Albarran, Alan B.; Mierzejewska, Bozena I.; Jung, Jaemin (eds.) (2108). *Handbook of media management and economics* 2ª edición. New York: Routledge.

APM (2023). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Asociación de la Prensa de Madrid. https://www.apmadrid.es/publicaciones/informe-anual-de-la-profesion/

Caro-González, Francisco J. (2006). *Gestión de Empresas Informativas*. Madrid: McGraw-Hill.

Galán-Gamero, Javier; Aguado-Guadalupe, Guadalupe; Caro-González, Francisco-Javier; Manfredi-Sánchez, Juan-Luis (2017). *Empresa Informativa XXI*. *Planificación estratégica.* Síntesis.

Medina-Laverón, Mercedes (2015). *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. 3ª edición. Pamplona: Eunsa.

Nieto, Alfonso e Iglesias, Francisco (2000). *La Empresa Informativa*. Barcelona: Ariel Comunicación.

Núñez-Fernández, Víctor; Peinado-Miguel, Fernando; Pérez-Serrano, María José (2015). *La empresa informativa en la era digital*. Ediciones CEF. UDIMA.

Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2011). *Generación de modelos de negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores.* Barcelona: Deusto.

Picard, Robert (2011). *The Economics and Financing of Media Companies*. New York: Fordham University Press

Reuters Institute (2023) *Digital News Report*. https://www.digitalnewsreport.org/

Sábada-Chalezquer, Charo; García-Avilés, José-Alberto; Martínez-Costa, María-del-Pilar (coords.) (2106). *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*. Pamplona: EUNSA.

Bibliografía complementaria

Alcolea-Díaz, Gema; Pérez-Serrano, María-José; Sorrentino, Carlo (2021). *Engagement*, comunidad y *crowdfunding*: productos periodísticos bajo demanda en el entorno de la Covid-19. *OBS*Observatorio Journal*, Vol. 15 N. 4 https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1807

Alcolea-Díaz, Gema; Santín, Marina (2019). Modelos de negocio en el nuevo entorno mediático: LovesTV como coopetición en la televisión híbrida y hacia el servicio OTT. En Alcolea-Díaz, Gema; Pérez-Serrano, María-José, Rodríguez-Pallares, Miriam (coord.) Proyectos y negocios en el entorno mediático digital. Sevilla: Egregius, pp. 87-102.

Alcolea-Díaz, Gema; Pérez-Serrano, María-José (2016). *La Marea* como modelo de negocio: nuevas formas de organización, financiación e innovación en el producto. En García-Santamaría, José-Vicente; Pérez-Bahón, Félix (eds.). *Los medios digitales españoles: procesos de cambio e innovación*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 55 - 80.

Álvarez-Monzoncillo, José-María, López-Villanueva, Javier (2009). La economía de la comunicación de masas. En Fernández, Carlos y Galguera, Laura (eds.) *Teorías de la comunicación.* México: MacGrawHill, pp. 111-126.

Apezarena, J. (2016). *Los periodistas del pistón. La epopeya de Europa Press*.

APM (2023). *Cuadernos para Periodistas.* Asociación de la Prensa de Madrid: https://www.apmadrid.es/publicaciones/cuadernos-de-periodistas/

Arrese, Ángel; Albarran, Alan B. (2003) *Time and Media Markets*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

Sánchez-Tabernero, Alfonso (2002). *Media Concentration in the European Market. New Trends and Challenges*. Pamplona: Eunsa.
Sánchez-Tabernero, Alfonso (2000). *Dirección estratégica de empresas de comunicación*. Madrid: Cátedra.
Santín, Marina; Álvarez-Monzoncillo, José-María (2017). El protagonismo de las redes sociales en la dieta informativa de los *millennials.* En Álvarez-Monzoncillo, José-María y De Haro, Guillermo. *Millennials. La generación emprendedora*. Madrid-Barcelona: Fundación Telefónica-Ariel, pp. 75-105.
SGAE (2022). *Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*. https://anuariossgae.com/home.html
Sinova, Justino (1995). *El poder político y la prensa: el control político de la información en la España felipista*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.
Tallón, José (1992). *Lecciones de Empresa Informativa*. Madrid: Ciencias Sociales.
Tejedor, Santiago; Ventín, Augusto; Cervi, Laura; Pulido, Cristina; Tusa, Fernanda (2020). Native Media and Business Models: Comparative Study of 14 Successful Experiences in Latin America. *Media and Communication*, vol. 8. Núm. 2, pp. 146-158. https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/2712/2712
Vara-Miguel, A., Sádaba, C., Negredo, S., & Sánchez-Blanco, C. (2023). Estrategias de diversificación de ingresos de las organizaciones de noticias online: suscripciones y membresías [Revenue diversification strategies of online news organisations: subscriptions and memberships]. *Profesional De La información*, *32*(2). https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.05
Woodward,B. (2020).*Rabia*. Barcelona: Rocaeditorial.
Zarzalejos, José Antonio (2010). *La destitución. Historia de un periodismo imposible.* Barcelona: Península.

IAB Spain (2018). *Nuevos estándares de formatos publicitarios*. https://iabspain.es/wp-content/uploads/2018/12/iab-spain_nuevos-estndares-de-publicidad-digital_v1_comentarios-pblicos.pdf
Jiménez, David (2019). *El Director: secretos e intrigas de la prensa narrados por el ex-director de El Mundo.* Madrid: Libros del K.O
Kovach, B. (2001). *The elements of journalism. What news people should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.
Lavine, J. (1993). *Gestión de empresas informativas*. Madrid: Rialp.
Marín-Sanchiz, C. R. y Carvajal-Prieto, M. (2019). Modelos de negocio en el periodismo: una propuesta metodológica para realizar estudios de caso. index.comunicación, 9(1), 149-171.
Mateo, Rosario de (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla: Comunicación Social, 2009.
Nafría, Ismael (2017). Diez conclusiones y lecciones de la reinvención digital de *The New York Times* https://www.ismaelnafria.com/nytimes/diez-conclusiones-y-lecciones/
Nieto, Alfonso (1987). *Cartas a un empresario de la información*. Pamplona: Eunsa.

Ortega Spottorno, J. (2016). Los Ortega: Una saga intelectual en la España del siglo XX.Barcelona:Taurus-Pensamiento
Ramírez, P.J. (1991). *El Mundo en mis manos*. Barcelona: Grijalbo.
Reig, Ramón; Labio, Aurora (eds.) (2017). *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder*. Barcelona: Anthropos.
Reig, Ramón (2011). *Todo Mercado. Contra la simplicidad del pensamiento crítico*. Barcelona: Anthropos.
Reig, Ramón (2011). Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de Espanã, Barcelona, Gedisa.
Robles, G. (2009). *La empresa informativa como empresa de tendencia*. Pamplona: Eunsa.
Rodicio, Ángela (2005). *Acabar con el personaje*. Barcelona: Plaza&Janés.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

Barrera, Carlos (1995). *Sin mordaza: veinte años de prensa en democracia*. Madrid: Temas de Hoy.
Bustamante, Enrique (1999). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados.* Barcelona: Gedisa
Cacho, Jesús (2000). *El negocio de la libertad*. Madrid: Foca.
Campos-Freire, Francisco (2010). Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n. 16, pp. 13-30.
Campos, V. (2015). *¡Extra, extra!: Muckrakers, orígenes del periodismo de denuncia.* Barcelona: Ariel
Carpes-da-Silva, Giuliander; Gruszynski-Sanseverino, Gabriela (2020) Business Model Innovation in News Media: Fostering New Relationships to Stimulate Support from Readers. *Media and Communication*, Vol. 8, Núm. 2, pp. 28-39. https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/2709
Cebrián Juan Luis (2020). *Caos, el poder de los idiotas.* Barcelona: Espasa.
Cebrián, Juan Luis (2009). *El pianista en el burdel*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
Cebrián, Juan Luis (2003). *Cartas a un joven periodista*. Madrid: Aguilar.
Cerezo, Pepe. (2019) *Los medios ante los modelos de suscripción.* Barcelona. Editorial UOC.
Crespo de Lara, Pedro (1995). *La empresa periodística en vivo: del autoritarismo a la democracia*. Barcelona: Ariel.
Cruz, J. (2016). *Una memoria de El País. La vida en una redacción*.

De Moraes. D. (2013). *Medios, poder y contrapoder.*
Frattini, Eric y Colías, Yolanda (1996). *Tiburones de la Comunicación: grandes líderes de los grupos multimedia*. Madrid: Pirámide.
García-Orosa, Berta; López-García, Xosé; Vázquez-Herrero; Jorge (2020). Journalism in Digital Native Media: Beyond Technological Determinism. *Media and Communication*, 2020, Vol 8, n. 2, pp. 5-15.
García-Santamaría, José-Vicente; Alcolea-Díaz, Gema (2021). *Mediapro*: la reconversión de un *carrier* en grupo global de comunicación. *Profesional de la información.*
García-Santamaría, José-Vicente; Pérez-Serrano, María-José; Alcolea-Díaz, Gema (2019). Prisa en el sistema mediático español: del liderazgo a la pérdida de centralidad. *El profesional de la información.* Vol. 28, N. 6.
Graham, K. (2016). *Sobre cómo alcancé la cima del periodismo en un mundo de hombres.*
Hallin, Daniel C. (2003). *Comparing Media Systems. Three Models of Media.* Cambridge: Cambridge University Press.

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	ALFONSO DE LA QUINTANA GARCÍA-PÉREZ
Correo electrónico	alfonso.delaquintana@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Titular de Universidad
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	3
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	4

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.

Nombre y apellidos	FRANCISCO JAVIER CARRILLO BERNAL
Correo electrónico	javier.carrillo@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada, Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	0
Nombre y apellidos	GEMA ALCOLEA DÍAZ
Correo electrónico	gema.alcolea@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Titular de Universidad
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	4
Nº de Sexenios	2
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	3
Nombre y apellidos	JUAN JOSÉ ROBLEDO TANGARIFE
Correo electrónico	jose.robledo@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa

Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	1

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 26/10/2026 03:48 | Hash: d954282267e3683e311a2683e960a494.