

Organización y gestión de la empresa informativa

Concepto y evolución de la empresa informativa

Introducción

Profesores:

Guadalupe Aguado Guadalupe

Manuel Goyanes

El objetivo del presente tema es aportar una definición del concepto de empresa informativa, así como de abordar teóricamente el concepto de “medio” y organización de medios. Asimismo, en este tema se aporta una definición de la gestión de medios de comunicación, su importancia, así como las funciones más importantes que se desempeñan durante el ejercicio de la gestión de un medio de comunicación.

En la primera parte se parte de una definición de empresa informativa como un conjunto organizado de trabajo creativo y técnico para difundir información y noticias a través de un medio de comunicación social.

En la segunda parte del tema se ofrecen unas coordenadas teóricas sobre la gestión de medios como disciplina académica, partiendo de las definiciones de Sherman (1995) y Wirtz (2016).

A partir de estas definiciones se describen las especificaciones de los productos mediáticos como productos combinados, bienes públicos, como servicios, y su calidad.

Una vez definidos se explica el sistema del desarrollo estratégico en un medio de comunicación, para luego definir las principales estrategias de las organizaciones mediáticas: estrategia basada en la focalización, en la integración y la basada en redes.

Finalmente, se hace un repaso de las principales estrategias de compra de las empresas mediáticas, especificando tres: la estrategia de contratación directa, de asociación y de sindicación, para luego describir las principales estrategias de producción en la economía de los medios de comunicación: producción propia, co-producción y externalización.

