

## CURSO ACADÉMICO : 2007 - 2008

LICENCIATURA : Comunicación audiovisual

Curso: 4º

<b>Código:</b>	20787
<b>Asignatura:</b>	Proyección y gestión de los medios audiovisuales
<b>Tipo de asignatura:</b>	Optativa
<b>Nº de créditos</b>	5
<b>Profesor:</b>	Francesc ROBERT
<b>Cuatrimestre:</b>	2º

### OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Conocer el marco teórico y conceptual que rodea a las industrias culturales y en particular al sector audiovisual.

Analizar las características propias de la empresa de radio, cine y de televisión: organización del trabajo, el producto y sus características: presupuestos, planificación, marketing, promoción... Interrelación entre las decisiones financieras y las editoriales. Técnicas de dirección.

Conocer cómo proyectar y gestionar este tipo de empresas: concepción y diseño de un producto audiovisual. Planificación, implantación, estrategias de ingresos y costos.

### **TEMARIO**

#### **1. El sector audiovisual**

El sector audiovisual clásico: cine y televisión. Las industrias relacionadas: publicidad, videojuegos y discográfica. El proceso de convergencia tecnológica y empresarial. Internet como motor: youtube, myspace, ¿dónde está el modelo de negocio? Transformaciones empresariales: estrategias y posicionamiento de los grandes grupos de comunicación: Disney, News Corp., TimeWarner, NBC/Universal, Viacom, Bertelsmann. Características del sector en España: marco legal y económico. Financiación. Grupos: PRISA, Sogecable, Vocento, Recoletos, Planeta, Mediaset.

#### **2. La empresa de comunicación**

Conceptos básicos. Criterios de clasificación. Características específicas del producto audiovisual. El negocio audiovisual. Tipología según su función principal: producción, empaquetamiento y difusión.

#### **3. La gestión de la empresa audiovisual**

Modelos organizativos. Los planes de empresa: tipología y objetivos. Los instrumentos de seguimiento y control: el balance y la cuenta de explotación. Ratios e indicadores de la empresa. El control de derechos de propiedad intelectual, derechos primarios y secundarios, el derecho de autor, el registro de propiedad Intelectual. Registro de formatos y exportación.

#### **4. Marketing y financiación**

Objetivos de la estrategia de marketing. Políticas de promoción, precio y producto. El mercado primario y secundario. Financiación de la empresa audiovisual. Subvenciones y ayudas. Préstamos, líneas de crédito y fondos de capital riesgo.

## 5. Producción y gestión de las empresas tradicionales de difusión: radio y televisión.

La programación como producto. Características principales. Fuentes productivas propias y externalizaciones de producción. Organización del trabajo: áreas principales. Perfiles profesionales específicos. Formación: cambios tecnológicos y plurifuncionalidad. Modelos de organigramas según tamaño de la empresa o del producto.

## 6. Producción y gestión de las empresas de producción audiovisual y multimedia

Tipología de productos audiovisuales. Estructura y funcionamiento de las empresas según sector y producto. El proceso de producción en el cine y la televisión: similitudes y diferencias. Reparto del presupuesto entre proyecto, producción y promoción.

## 7. El proyecto audiovisual: creación de empresas de producción y de difusión

Concepción y diseño del proyecto: producto y recursos disponibles. Planificación de la implantación: fases de desarrollo. Estrategias publicitarias y de marketing. Promoción y fidelización de audiencia y/o de la clientela. Políticas de producto. Gestión del personal. Gestión económica y financiera. Decisiones editoriales y financieras: interrelación

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- HARVEY, E.R. (2005). *Política y financiación pública de la cinematografía*, Madrid: Fundación Autor, 2005.
- MEDINA, M. (2005). *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. Pamplona: Eunsa.
- NIETO, A.; IGLESIAS, F. (1993). *Empresa informativa*. Barcelona: Ariel. Ariel Comunicación.
- PARDO, A. (ed.). (2002). *The Audiovisual Management handbook: an in-depth look at the film, television and multimedia industry in Europe*. Madrid: Fundación Cultural Media.
- SÁNCHEZ-TABERNERO, A. (2000). *Dirección estratégica de empresas de comunicación*. Madrid: Catedra.
- VOGEL, H. L. (2004). *La Industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico*. Madrid: Fundación Autor, 2004.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ALBARRAN, CHAN-OLMSTED Y WIRTH (Editors). 2005. *Handbook of Media Management and Economics*. Lawrence Erlbaum Associates. New Jersey.
- ARIS, A. (2005). *Managing media companies: harnessing creative value*. John Wiley & Sons, Chichester.
- BUSTAMANTE, E. (coord.) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. (coord.).(2002) *Comunicación y cultura en la era digital*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- DOYLE, G. (2002). *Understanding media economics*. Londres, SAGE.
- MIGUEL, J. C. 1993. *Los grupos multimedia. Estructura y estrategias en los medios europeos*. Barcelona: Bosch. Bosch Comunicación, 7
- PRINCE, S. (2000). *A new pot of gold. Hollywood under the electronic rainbow, 1980-1989*. Berkeley, University of California Press

## **REVISTAS**

WIRED  
BROADCAST  
VARIETY

## **DATOS SOBRE EL AUDIOVISUAL**

INCOM. (2004). *Informe de la comunicació a Catalunya*. Barcelona: UAB.

CAC. (2006). *Informe de l'audiovisual a Catalunya*. Barcelona: CAC.

SCREEN DIGEST

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. (2005) *Statistical Yearbook*. Estrasburg: EAO.

## **PÁGINAS WEB**

CMT	<a href="http://www.cmt.es/cmt/index2.html">http://www.cmt.es/cmt/index2.html</a>
Líder Digital	<a href="http://www.liderdigital.com/">http://www.liderdigital.com/</a>
CAC	<a href="http://www.audiovisualcat.net/">http://www.audiovisualcat.net/</a>
Media Guardian	<a href="http://media.guardian.co.uk/">http://media.guardian.co.uk/</a>
Wired	<a href="http://www.wired.com">http://www.wired.com</a>
Variety	<a href="http://www.variety.com">http://www.variety.com</a>
ScreenDigest	<a href="http://www.screendigest.com">http://www.screendigest.com</a>
Periodistas21	<a href="http://periodistas21.blogspot.com/">http://periodistas21.blogspot.com/</a>
Vertele	<a href="http://www.vertele.com">http://www.vertele.com</a>

## **METODOLOGÍA DOCENTE**

### **TEORÍA**

Clases teóricas acompañadas de lecturas y análisis de documentos y de datos complementarios que faciliten al alumno información sobre los diferentes aspectos del temario.

### **PRÁCTICAS**

Realización por grupos de 4 personas del proyecto de una empresa, un producto o un programa audiovisual.

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN**

- 4 Prueba sobre el grado de conocimientos de los aspectos teóricos del programa. 50% de la nota.
5. Valoración del proyecto de prácticas realizado por grupos. 50% de la nota.
6. Se han de aprobar 1 y 2 para hacer media. Si se suspende y se tiene aprobada una de las dos partes se guarda la nota aprobada, pero sólo para la convocatoria de septiembre.