

COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT

Estructura Del Sistema Audiovisual. Curs 1997-98

Crèdits: 8,00.

Semestre: Segon

Professor Responsable: Pere Roca

Objectius: descripció del funcionament del sistema audiovisual i dels reptes plantejats per les noves tecnologies, amb èmfasi especial a la situació europea.

Continguts.-

A. Cinema

1. El mercat europeu. Present i futur

- Expansió
- Europa vs. resta del món
- Les dades i les preguntes

2. La producció

- Fabricació artesanal i necessitat creixent de producte
- Augment dels costos
- Necessitat creixent = oportunitat per a tothom?
- La gestió del projecte
- L'empresa de producció

3. Tipologia del producte

- Blockbusters
- Independent
- Mainstream
- Cultural
- Oportunista

4. Finançament de la producció

5. La distribució

- Relació amb el productor
 - . Contracte
 - . Promoció i Publicitat
- Relació amb l'exhibidor
 - . Contracte
 - . Programació
 - . Seguiment
- Història d'una evolució

6. L'exhibició i el repartiment dels ingressos

7. El públic del cinema

- L'assistència a les sales
- Naturalesa i condicions de la demanda
- Formes de consum: sales, video i televisió
- Exportacions

B. Televisió

8. El consum de televisió

- Els equipaments a la llar
- La televisió com a lleure
- Les noves tecnologies

9. L'empresa de televisió

- Despeses, ingressos, finançament
- Audiències
- Mercat

10. El continguts de la televisió

- Límits i conflictes: creativitat i negoci
- Sector privat i sector públic
- Producció i Programació. Cinema i TV

11. Difusió i Comercialització

- Tecnologies: ones, cable, satèlit i digital
- Comercialització tradicional, pay-tv, pay per view, video on demand, etc.
- Vendes, distribució i mercats

C. Present i Futur del sector

12. Europa

- Paisatge després de la batalla
 - . Dominació econòmica i identitat nacional
 - . Televisió Sense Fronteres
 - . Media, Eurimages, Eureka
- Polítiques audiovisuals
- Grups Europeus

13. Estats Units i altres

- Dimensions del mercat: Màquina de produir/ Màquina de distribuir
- Potència de la televisió
- Organització empresarial
- Grups Americans
- Altres mercats emergents

14. Cap a una indústria de programes

Bibliografia.-(ídem Imma Tubella)+

- Cinema: secondo secolo terzo millenio, a cura di Francesco Casetti, Sergio Mariotti, Antonio Pilati, Francesco Silva, BNL Edizioni, Roma 1998
- René Bonnell, La vintcinquième Image, Gallimard, Paris 1996
- Pierre Bourdieu, Sobre la televisión, Anagrama, Barcelona 1997
- Production. Reference Book, Edited by Arthur Andersen. MBS, Madrid 1997
- Television Business School, a report by Angus Finney, MBS, Lübeck 1994

Sistema d'avaluació: Un examen al final del curs per mesurar la comprensió del continguts i la capacitat de reflexionar-hi i opinar.

