

CURS ACADÈMIC : 2006 - 2007

LLICENCIATURA : Comunicació audiovisual

Curs: 4t.

Codi:	20787
Assignatura:	Projecció i gestió dels mitjans audiovisuals
Tipus d'assignatura:	Optativa
No. de crèdits	5
Professor encarregat:	Carles LLORENS MALUQUER
Quadrimestre:	2n

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA

Conèixer el marc teòric i conceptual que envolta a les indústries culturals i l'audiovisual en concret.

Analitzar les característiques pròpies de l'empresa de ràdio, cinema i de televisió: organització del treball, el producte i les seves característiques, pressupostos, planificació, marketing, promoció... Interrelació entre les decisions financeres i les editorials. Tècniques de direcció.

Conèixer la gestió i projecció d'aquest tipus d'empreses: concepció i disseny d'un projecte audiovisual. Planificació, implantació, estratègies d'ingressos i costos.

TEMARI

1. El sector audiovisual

El sector audiovisual clàssic: cinema i televisió. Les indústries relacionades: publicitat, videojocs i musical. El procés de convergència tecnològica i empresarial. Internet com a motor: youtube, myspace, ¿on és el model de negoci? Transformacions empresarials: estratègies i posicionament dels grans grups de comunicació: Disney, News Corp., TimeWarner, NBC/Universal, Viacom, Bertelsmann. Característiques del sector a Espanya: marc legal i econòmic. Finançament. Grups: PRISA, Sogecable, Vocento, Recoletos, Planeta, Mediaset.

2. L'empresa de comunicació

Conceptes bàsics. Criteris de classificació. Característiques específiques del producte audiovisual. El negoci audiovisual. Tipologia segons la seva funció principal: producció, empaquetament i difusió.

3. La gestió de l'empresa audiovisual

Models organitzatius. Els plans d'empresa: tipologia i objectius. Els instruments de seguiment i control: el balanç i el compte d'explotació. Ratios i indicadors de la marxa de l'empresa. El control de drets de propietat intel·lectual, drets primaris i secundaris, el dret d'autor, el registre de propietat intel·lectual. Registre de formats i exportació.

4. Marketing i finançament

Objectius de l'estratègia de marketing. Polítiques de promoció, preu i producte. El mercat primari i secundari. Finançament a l'empresa audiovisual. Subvencions i ajudes. Préstecs, línies de crèdit i fons de capital risc.

5. Producció i gestió de les empreses tradicionals de difusió: ràdio i televisió

La programació com a producte. Característiques principals. Fonts productives pròpies i de proveïment extern. Organització del treball : àrees principals. Perfils professionals específics. La formació: canvis tecnològics i plurifuncionalitat. Models d'organigrames segons grandària o segons productes i abast.

6. Producció i gestió de les empreses de producció audiovisual i multimèdia

Tipologia de productes audiovisuals. Estructura i funcionament de les empreses segons sector i producte. El procés de producció al cinema i a la televisió: similituds i diferències. Divisió del pressupost entre projecte, producció i promoció i publicitat.

7. El projecte audiovisual: creació d'empreses de producció i de difusió

Concepció i disseny del projecte: producte i recursos disponibles. Planificació de la implantació: fases de desenvolupament. Estratègies publicitàries i de marketing. Promoció i fidelització d'audiència i/o de la clientela. Polítiques de producte. Gestió del personal. Gestió econòmica i financera. Decisions editorials i decisions financeres: interrelació

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

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: Cátedra.

VOGEL, H. L. (2004). *La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico*. Madrid: Fundación Autor, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

ALBARRAN, CHAN-OLMSTED I 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

REVISTES

WIRED
BROADCAST
VARIETY

FONS DE DADES

- 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.*

PLANES WEB

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

METODOLOGIA DOCENT

TEORIA

Classes teòriques acompanyades de lectures i anàlisis de documents i de dades complementàries que facilitin a l'alumne informació sobre els diferents aspectes del temari.

PRÀCTIQUES

Realització per grups de 4 persones del projecte d'una empresa, programa o producte audiovisual.

SISTEMA D'AVALUACIÓ

1. Prova de coneixements sobre els aspectes teòrics del programa. 50% de la nota.
2. Valoració del projecte d'empresa realitzat pels grups. 50% de la nota.
3. S'han d'aprovar 1 i 2 per fer mitja. Si es suspèn i es té aprovada una de les dues parts es guarda la nota aprovada, però només per la convocatòria de setembre.