

CURS: 2011/12

LLICENCIATURA : Comunicació Audiovisual

Curs: 4t.

Codi:	20787
Assignatura:	Projecció i gestió dels mitjans audiovisuals
Tipus d'assignatura:	Optativa
No. de crèdits	5
Professor encarregat:	Francesc Robert
Quatrimestre:	2n

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA

Conèixer el marc teòric i conceptual que permeti situar l'objectiu de l'assignatura: les indústries culturals i l'audiovisual en concret.

Analitzar els profunds canvis estructurals d'un dels sectors més rellevants de la societat postindustrial. Posa en equivalència el desenvolupament tradicional del sector amb les transformacions produïdes arran dels processos que genera la digitalització. Característiques pròpies de les empreses tradicionals (ràdio, televisió,...) Característiques de les noves empreses multimèdia.

Conèixer els principis de gestió de les empreses audiovisuals.

Contextualització, organització del treball, el producte i les seves característiques, pressupostos, planificació, marketing, promoció... Similituds i diferències.

Conèixer la gestió i projecció d'aquest tipus d'empreses: concepció i disseny del projecte. Planificació de la implantació. Planificació i difusió de les audiències. Estratègies publicitàries i gestió del personal. Controls financers i promoció. Interrelació entre les decisions financeres i les editorials. Tècniques de direcció.

TEMARI

1. El sector audiovisual a l'era de la convergència

El sector audiovisual clàssic. Les indústries relacionades: característiques.

El procés de convergència tecnològica i empresarial: Internet com a motor.

Transformacions empresarials: estratègies i posicionament dels grans grups de comunicació i de les empreses de telecomunicacions. El sector a

Espanya: marc legal i estructura general. Principals operadors al mercat global. Finançament.

2. L'empresa de comunicació.

Conceptes bàsics. Criteris de classificació: finalitat, mida, forma jurídica, etc... Característiques diferencials. Tipologia segons la seva funció principal a la cadena de valor. Les empreses i l'entorn digital.

3. La gestió de l'empresa audiovisual

Titularitat empresarial i objectius corporatius. Anàlisi d'entorn. Models organitzatius. Direcció estratègica. Els plans d'empresa: tipologia i objectius. Els instruments de seguiment i control: el balanç i el compte d'explotació. Ràtios i indicadors de la marxa de l'empresa. Perfils professionals dels dirigents. Estils i tècniques de direcció. Tipus d'organització. Polítiques de personal.

4. Marketing i finançament

El mercat primari. Mètodes de quantificació i de qualificació. Segments i nínxols. Objectius de l'estratègia de marketing. Polítiques de promoció. Activitats. El mercat secundari. Dimensió i fragmentació del mercat publicitari global. Pes específic dels diferents suports audiovisuals. Dimensió i possibilitats del mercat de pagament. Objectius de l'estratègia de marketing. Polítiques de promoció.

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

La programació com a producte. Característiques principals. Fonts productives pròpies i de proveïment extern. Organització del treball : àrees principals. Perfils professionals específics. Problemàtica formativa: canvis tecnològics i plurifuncionalitat. Models d'emissores independents: organigrames segons tamany. Models de xarxa: organigrames segons productes i abast.

6. Producció i gestió multimèdia.

Nou paradigma de gestió, producció i difusió. Noves plataformes de distribució. Xarxes socials. Generació de continguts multimèdia. Crossmedia. Nous perfils professionals.

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

Concepció i disseny del projecte: tipus d'empresa, 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

METODOLOGIA DOCENT

TEORIA

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

PRÀCTIQUES

Realització d'anàlisi de textos i informes i elaboració del projecte d'una empresa audiovisual.

SISTEMA D'AVALUACIÓ

Valoració del projecte d'empresa realitzat i dels treballs presentats a classe.