

**Modelos de Producción y Difusión de la Industria  
Audiovisual**

Código: 103020  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	OB	2	2

## Contacto

Nombre: Josep Maria Martí Martí  
Correo electrónico: JosepMaria.Marti@uab.cat

## Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)  
Algún grupo íntegramente en inglés: No  
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí  
Algún grupo íntegramente en español: No

## Prerequisitos

Para cursar esta asignatura no puede dejarse de tener en cuenta todo lo que se ha aprendido en el curso anterior, especialmente los conceptos y las ideas básicas de las asignaturas *Estructura de la Comunicació i Tecnologies de la Informació i la Comunicació i Història de la ràdio i la televisió*.

Además, se requiere una buena comprensión lectora del inglés y a ser posible del francés.

## Objetivos y contextualización

La asignatura se ubica dentro de la materia *Indústria Audiovisual*, impartida en el segundo curso del grado. Por tanto, los objetivos formativos de esta asignatura intentaran materializar en el conjunto que forman con las otras asignaturas que integran parte de la materia, como por ejemplo *Estructura del sistema audiovisual*, que también tiene 6 créditos ECTS y es obligatoria.

- Tal como se define en el plan de estudios, el objetivo fundamental es dar a conocer al alumnado la manera como se organizan, producen y difunden sus productos las empresas audiovisuales.
- Se intentará también que lleguen a descubrir y comprender como funcionan los procesos de creación y el papel que ocupan en las cadenas de valor de las diferentes tipologías que existe de industrias audiovisuales
- Se pretende también, aunque sea de una manera más genérica, formarlos en las habilidades y las capacidades que son necesarias para crear y gestionar empresas de este ámbito de la producción económica.

Finalmente se quiere conseguir que el alumnado domine la manera como se formulan las ideas de negocio.

## Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Conocer e interpretar los fenómenos industriales y empresariales del sector audiovisual.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.

- Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
3. Conocer los fundamentos de la gestión de empresas audiovisuales y de la estructura del sector.
4. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
5. Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
6. Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
7. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
8. Demostrar habilidades suficientes para la creación y gestión de una empresa audiovisual.
9. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
10. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
11. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
12. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## Contenido

La asignatura se desarrollará en torno a los siguientes grandes temas:

### 1. 1. La empresa de comunicación

Conceptos básicos. Criterios de clasificación de las empresas según finalidad, dimensión y forma jurídica. Características diferenciales de las empresas audiovisuales. Empresas editoriales y de flujo. Las cadenas de valor. Actividades primarias y secundarias.

### 1. 2. Los procesos de ideación, producción y gestión de las empresas

Naturaleza y estructura de los productos audiovisuales. El concepto de formato. El ciclo de vida de los productos. Las ventanas de explotación. Los diferentes modelos de negocio según su actividad fundamental. División del trabajo y actividad y organización. Gestión del talento.

### 3. La gestión de la empresa audiovisual

Los planes de empresa: tipología y objetivos. Fuentes de financiación de las empresas audiovisuales. Los presupuestos: funciones y tipología. Los instrumentos de seguimiento y de control: el balance y la cuenta de explotación. Los recursos humanos en las empresas audiovisuales: la gestión del talento. Las estrellas como submarcas

### 4. Marketing y financiación

El mercado primario. Métodos de determinación, cuantificación y valoración. El mercado secundario: receptores y clientes. Técnicas de segmentación. El plan de marketing: conceptos y pasos. Las políticas de promoción.

### 5. El proyecto audiovisual

Las ideas de negocio y la creación de empresas. Concepción y diseño de proyectos audiovisuales tanto de productos como de empresas específicas.

## Metodología

La adquisición de conocimientos y de competencias por parte del alumnado se hará a través de diversos procedimientos metodológicos que incluyen las clases magistrales en el aula, ejercicios de debate y de reflexión propuestos por el profesor, las lecturas y los seminarios, además de los materiales textuales y audiovisuales de soporte disponibles a través del Campus Virtual.

En concreto, se llevarán a cabo 4 seminarios sobre temas específicos del temario en grupos reducidos para los cuales se proporcionarán un abanico de lecturas previas.

Además, se realizará un proyecto final de curso de ideación de un proyecto audiovisual.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Clases Magistrales	15	0,6	
Seminarios	37,5	1,5	
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Tutorías	7,5	0,3	
<b>Tipo: Autónomas</b>			
Trabajos autónomos	82,5	3,3	

## Evaluación

El sistema de evaluación continuada estará integrado por tres partes diferenciadas, **cada una de las cuales se tiene que aprobar por separado por superar la asignatura:**

- Trabajo (30%).
- Examen teórico (50%).
- Intervención y prácticas en seminarios (20 %).

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	50%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 7, 10, 11, 12
Seminarios	20%	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 7, 10, 11, 12
Trabajo de curso	30%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 7, 10, 11, 12

## Bibliografía

Álvarez Monzoncillo, José María. (2011). *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*. Barcelona: Ariel.

Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Bustamante, Enrique (coord.) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa

Bustamante, Enrique (coord.) (2011). *Las Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona:Gedisa.

De Mateo, Rosario. et al. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.

Jenkins, Howard. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

Medina Laverón, Manuel. (2005). *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. Pamplona: Eunsa

Pérez-Latre, Ffrancisco javier , Sánchez-Tabernero, Adolfo. (2012). *Innovación en los medios. La ruta del cambio*. Pamplona: Eunsa.

#### **Enllaços:**

<http://www.seescyt.gov.do/baseconocimiento/PRESENTACIONES%20TALLER%20DE%20EMPREDURISMO/>

<http://www.generaciondemodelosenegocio.planetadelibros.com/>

Bases de dades de l'Observatori Europeu de l'audiovisual:

MERLIN, LUMIERE,KORDA, PERSKY : <http://www.obs.coe.int/db/index.html>

Ministerio de Cultura : <http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/index.html>