

2023/2024

Modelos de Gestión de la Empresa Audiovisual

Código: 105003 Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	ОТ	3	1
2501928 Comunicación Audiovisual	ОТ	3	2
2501928 Comunicación Audiovisual	ОТ	4	2

Contacto

Nombre: Carlos Llorens Maluquer

Correo electrónico: carles.llorens@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consutarlo a través de este <u>enlace</u>. Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Prerrequisitos

Haber cursado previamente "Estructura del Sistema Audiovisual"

Objetivos y contextualización

Aproximación conceptual y práctica a la gestión de la empresa de servicios de comunicación audiovisual en el contexto de su relación con la industria cultural y creativa y los procesos de convergencia digital.

Competencias

Comunicación Audiovisual

- 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 liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.

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. Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
- 4. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- 5. Identificar las características específicas del sistema audiovisual.

Contenido

- 1. Conceptos claves sobre gestión y empresa audiovisual
- 2. El emprendimiento, su materialización y constitución empresarial. De la idea al proyecto: la creatividad, la investigación y el desarrollo, la innovación y el emprendimiento.
- 3. La estructura, caracterización y clasificación de la actividad empresarial de la comunicación audiovisual.
- 4. La organización y dirección de la empresa audiovisual
- 5. Marketing, comercialización y modelos de negocio de los sistemas y empresas audiovisuales. .
- 6. El plan de empresa y de negocio
- 7. La estructura de las empresas y el mercado del audiovisual en Europa
- 8. La gestión de la empresa cinematográfica
- 9. La gestión de la empresa televisiva
- 10. La gestión de las plataformas SVOD
- 11. La gestión económico-financiera en la empresa audiovisual

Metodología

Desarrollo de clases expositivas, trabajos individuales y de grupo, lecturas de textos recomendados relacionados con la materia, análisis de casos de gestión y discusión de los mismos en las sesiones de seminario. Realización de un proyecto de empresa original, creativo y viable.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	37,5	1,5	1, 2, 4, 5
Seminarios (ejercicios y participación)	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5
Tipo: Supervisadas			

Tutorías	7,5	0,3	1, 2, 4
Tipo: Autónomas			
Lectura, análisis y síntesis de textos, preparación de las presentaciones	82,5	3,3	1, 2, 3, 4, 5

Evaluación

Evaluación continua

Para aprobar, se deben haber superado con un mínimo de 5 las siguientes pruebas:

- Examen teórico (30% de la nota final)
- Seminarios [resolución de ejercicios y participación] (20% de la nota final)
- Trabajo de curso y presentación (50% de la nota final)

El trabajo es una actividad individual tutorizada. Al comienzo del curso se publicará el protocolo que especifica detalladamente cómo proceder.

El examen teórico presencial incluirá lo visto y realizado en las sesiones teóricas y en los seminarios.

Los seminarios tienen un protocolo y lecturas específicas. Deben prepararse con antelación. Las faltas de asistencia a los seminarios, cuyas fechas se comunicarán al inicio del curso, serán calificadas con un 0.

Evaluación única:

La evaluación única consta de tres partes diferentes, cada una de las cuales debe aprobarse con un mínimo de 5 para superar la asignatura:

- Trabajo (50%)
- Examen teórico (30%)
- Ejercicio de síntesis a partir de lecturas sobre la asignatura (30%)

El trabajo es una actividad individual tutorizada. Al comienzo del curso se publicará el protocolo que especifica detalladamente cómo proceder.

El examen teórico presencial incluirá lo visto y realizado en las sesiones teóricas y en los seminarios.

El ejercicio de síntesis a partir de un conjunto de lecturas adicionales y el contenido de los seminarios es una prueba presencial en la que los estudiantes deben relacionar las lecturas con la teoría vista en clase. Se proporcionarán más detalles sobre esta prueba en el Campus Virtual.

Sobre el período y condiciones de recuperación

Los estudiantes tendrán derecho a recuperar el examen, el trabajo o ambos, siempre y cuando hayan sido evaluados en el conjunto de actividades que representen al menos 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

Para poder presentarse a la recuperación del trabajo y/o del examen, se debe haber obtenido una nota promedio de la asignatura de 3,5.

Las actividades excluidas del proceso de recuperación son los seminarios (evaluación continua) y el ejercicio de síntesis a partir de lecturas (evaluación única).

Sobre el plagio

Cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad, etc.) que pueda llevar a una variación significativa en la calificación de una evaluación será calificada con un 0. En caso de que se produzcan múltiples irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen teórico	30%	2	0,08	1, 2, 4, 5
Seminarios (resolución de ejercicios y participación)	20%	2,5	0,1	1, 2, 3, 4, 5
Trabajo de curso y presentación	50%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5

Bibliografía

Ibornoz, L.A. y García Leiva, M. T. (2017). El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad. Madrid: Ediciones Cátedra.

Bustamante, Enrique (2013): Historia de la Radio y la Televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia. Barcelona: Paidós

Clares-Gavilán, J., Merino Alvarez, C. y Neira, E. (2019). La revolución over the top. Del video bajo demanda (VOD) a la televisión por internet. E6ditorial UOC.

Evens, T. y Donders, K. (2018). Platform power and policy in transforming television markets. Palgrave Macmillan.

García Castillejo, Angel (2014):Régimen jurídico y mercado de la televisión en abierto en España. Barcelona: UOC

Medina Laverón, Mercedes (2011): Estructura y gestión de empresas audiovisuales. Pamplona: EUNSA.

Miguel de Bustos, J.C. & Izquierdo-Castillo, J. (2019): ¿Quién controlará la Comunicación? El impacto de los GAFAM sobre las industrias mediáticas en el entorno de la economía digital. Revista Latina de Comunicación Social, 74, 803 a 821. http://www.revistalatinacs.org/074paper/1358/41es.html.

Núñez Fernández, Victor (2015): La empresa informativa en la era digital. Madrid: Centro de Estudios Financieros

Software

Esta asignatura no necesita un programario concreto para el desarrollo de las clases y los trabajos.