



Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| | | | |
|--|---|----------------|------|
| Titulación: | Comunicación Audiovisual | | |
| Rama de Conocimiento: | Ciencias Sociales y Jurídicas | | |
| Facultad/Escuela: | Ciencias de la Comunicación | | |
| Asignatura: | Estructura y Empresa de los Medios Audiovisuales | | |
| Tipo: | Obligatoria | Créditos ECTS: | 6 |
| Curso: | 3 | Código: | 1836 |
| Periodo docente: | Sexto semestre | | |
| Materia: | Empresa | | |
| Módulo: | Organización y Producción de la Comunicación Audiovisual y Multimedia | | |
| Tipo de enseñanza: | Presencial | | |
| Idioma: | Castellano | | |
| Total de horas de dedicación del alumno: | 150 | | |

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Los contenidos de la asignatura se centran en comprender la configuración, la organización y gestión de la empresa audiovisual y el mercado audiovisual. Se desarrollan igualmente los conceptos principales de la estructura empresarial del sector audiovisual español, la estructura y la organización de la empresa de comunicación audiovisual y la estructura y composición de mercado audiovisual.

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Adquirir la capacidad para tomar decisiones y solucionar problemas en el ámbito de su actividad intelectual o profesional.

Ser capaz de realizar estudios y análisis sobre producciones y programas audiovisuales, relacionados con el manejo de fuentes documentales, datos y documentación aplicados a los procesos de comunicación.

Adquirir un pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico para ser capaz de comprender la realidad y transmitirla a través del lenguaje audiovisual de los medios de comunicación.

Ser capaz de generar opinión pública y crear puentes con los distintos sectores sociales que permitan el desarrollo y la difusión de una información y una cultura al servicio del hombre, trasmitiendo valores basados en la búsqueda de la verdad y del bien común a través de los medios audiovisuales.

Competencias específicas

Hacer presentaciones de proyectos e investigaciones en público o a través de cualquier medio de comunicación.

Adquirir un conocimiento de la realidad sociocomunicativa de España y del resto del mundo (políticas informativas y funcionamiento).

Conocer la estructura de los medios de comunicación y de sus principales formatos, en tanto que expresiones de los modos de vida y de sus culturas, en su relación con los contextos sociales y sus cambios.

Adquirir un conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de la empresa de comunicación y ser capaz de identificar los procesos y técnicas implicadas en la gestión de empresas audiovisuales, en todas sus dimensiones: producción, distribución y exhibición.

Cultivar una actitud de inquietud intelectual, de búsqueda de la verdad en todos los ámbitos de la vida y de servicio a la sociedad que le permita ejercer la profesión con mayor rigor y esencia intelectual.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

| ACTIVIDAD PRESENCIAL | ACTIVIDAD NO PRESENCIAL |
|----------------------|-------------------------|
| 60 horas | 90 horas |

OBJETIVO

Conocer la estructura empresarial en el mercado audiovisual español. Conocer la naturaleza de los diferentes sujetos que participan en el sistema/mercado audiovisual y las relaciones existentes entre ellos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Reconocer los medios audiovisuales, la propiedad de los mismos, la concentración de la propiedad, la legislación existente y las políticas seguidas en el panorama nacional e internacional.

Entender los diferentes aspectos históricos que influyen en la actual configuración del mercado audiovisual.

Conocer la situación actual del sistema audiovisual en Estados Unidos, la Unión Europea y en otros países importantes poniendo especial énfasis en la situación en España.

TEMARIO

PARTE I. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA AUDIOVISUAL:
CONCEPTOS FUNDAMENTALES, LAS EMPRESAS AUDIOVISUALES Y SU ESTRUCTURA

1. INTRODUCCIÓN
2. ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
3. NATURALEZA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES
4. DIMENSIÓN ECONÓMICA Y EMPRESARIAL DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES
5. EL MERCADO GLOBAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

PARTE II. EVOLUCIÓN Y PANORAMA DE LOS MERCADOS AUDIOVISUALES:
EL MERCADO AUDIOVISUAL ESPAÑOL Y LOS PRINCIPALES MERCADOS INTERNACIONALES

6. EVOLUCIÓN DEL MERCADO AUDIOVISUAL
7. EL MERCADO AUDIOVISUAL ESPAÑOL
8. CARACTERÍSTICAS GENERALES Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO AUDIOVISUAL DE EEUU
9. EL MERCADO AUDIOVISUAL EN LA UNIÓN EUROPEA.

METODOLOGÍA/ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Se combinará una metodología expositiva para la explicación de los aspectos teóricos apoyados por las tecnologías más apropiadas con el desarrollo de clases de carácter práctico para conseguir que el alumno adquiera las competencias. Las diferentes actividades se orientarán mediante tutorías y el campus virtual ofrecerá al alumno materiales y actividades para su aprendizaje.

Actividad es de trabajo presencial

. Clases expositivas: Exposición de contenidos y actividades por parte del profesor con participación de los estudiantes en el comentario de los temas expuestos y en la realización de ejercicios que les lleven a dominar los contenidos expuestos.

. Clases prácticas: Actividad en el aula para profundizar en algún aspecto de los contenidos.

. Presentación de trabajos en grupo: Presentación del trabajo elaborado en torno a temas propuestos por el profesor relativos a la asignatura.

Tutorías: Tutorías de grupo regladas a lo largo del cuatrimestre con el fin de supervisar el desarrollo del trabajo grupal y de los estudiantes. Tutorías individuales para personalizar los intereses formativos del alumno, seguimiento de actividades prácticas y resolver dudas.

Evaluación: El alumno deberá demostrar la comprensión de lo aprendido a lo largo del cuatrimestre mediante la realización de una prueba de evaluación y la realización de trabajo prácticos, individuales y en grupo.

Actividad es de trabajo autónomo

Trabajos en grupo/individual: Distribución de los alumnos en grupos para la preparación y exposición de trabajos relacionados con el contenido de la asignatura con el fin de que el alumno ponga en práctica las competencias propuestas. El trabajo en grupo será definido por el profesor en las primeras sesiones de clase.

Estudio teórico: Estudio de los contenidos de carácter teórico del programa; puesta en relación de los contenidos de las clases teóricas y del propio trabajo personal.

Trabajo virtual en red: para consulta de documentos, prácticas y análisis de documentos que se irán publicando en el aula virtual correspondiente a la asignatura y tutorías.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Participación creativa y asistencia activa a clase u online (10%)
Evaluación continua de las actividades prácticas realizadas (15%)
Trabajo escrito y exposición oral (25%)
Examen final de contenidos (50%).

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

MEDINA LAVERÓN, M. (2005). Estructura y gestión de empresas audiovisuales. Pamplona: Eunsa.

SÁNCHEZ TABERNERO, A. (2008). Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia, Barcelona: Ediciones Deusto.

TIMOTEO ÁLVAREZ, J. (2005). Gestión del poder diluido: la construcción de la sociedad mediática (1989-2004). Madrid: Pearson.