

ASIGNATURA: EMPRESA AUDIOVISUAL DIGITAL					
Módulo 2. LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DIGITAL POR PERSPECTIVAS Y ESPECIALIZACIONES					
Materia.	MATERIA 2: ESTUDIO DE LOS SECTORES DE ESPECEIALIZA CIÓN	Créditos ECTS	6	Carácter	Optativa
Unidad temporal	Segundo cuatrimestre				Ninguno
Profesoras María del Puy Alvarado (maalvara@ucm.es) Carlota Coronado Ruiz (carlotac@ucm.es)					
Contenido general de la asignatura					
Análisis de la producción y la gestión de empresas audiovisuales: desarrollo, financiación y explotación de productos y mercados digitales, en todos sus aspectos, desde los contables o jefes de marketing, hasta la planificación y los programas de apoyo europeos, latinoamericanos y españoles.					
Desarrollo del programa					
<ol style="list-style-type: none"> 1.- La empresa audiovisual digital 2.- El productor y recursos humanos 3.- Herramientas de la empresa audiovisual 4.- Desarrollo y financiación de proyectos audiovisuales 5.- Cómo vender un proyecto audiovisual 6.- Comunicación y marketing 					
Bibliografía					
<ul style="list-style-type: none"> - AMETIC y PWC. Estudio de la Economía Digital: Los contenidos y servicios digitales. PwC Madrid 2013 - Bustamante, E. (Coord.) Las Industrias Culturales Audiovisuales e Internet. Experiencias, escenarios de futuro y potencialidades desde la periferia. Ideco. Santa Cruz de Tenerife. 2011 - Bustamante, E. (Coord.) El Audiovisual Digital. Políticas y estrategias desde las comunidades autónomas. Ideco. Santa Cruz de Tenerife, 2009. - Bustamante, E. (Coord.) Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España (Capítulo VI) Segunda edición. Gedisa. Barcelona. 2004. - Calvo, C., Menéndez, F., y Pérez, C. Diccionario de la empresa cinematográfica. Zumaque, Alcalá la Real (JAÉN) 2014 - Calvo, C. Distribución y lanzamiento de una película, Zumaque, Alcalá la Real (Jaén) 2009. 					

- CILLER, Carmen; PALACIO, Manuel, 2016. Producción y Desarrollo de proyectos audiovisuales. Síntesis. Barcelona.
- Cuevas, A. Economía cinematográfica (la producción y el comercio de películas) Imaginógrafo. Madrid 1999.
- HERRERA, Hernán, y BROWN, Daniel, 2006. La guía del emprendedor; Ed. Empresa Activa.
- LINARES, Rafael y FERNÁNDEZ, Eva Patricia (Coord.), 2019. Principios básicos de la producción audiovisual cinematográfica"; Ed. OMM PRESS COMUNICACIÓN. (4ª ed).
- LINARES, R. y NEIRA, E., 2015. "Marketing cinematográfico. Cómo promocionar una película en el entorno digital". Editorial UOC. Barcelona.
- MARZAL, J. (Ed.), 2015. Las Televisiones públicas autonómicas del Siglo XXI. Aldea Global. Barcelona.
- RODRÍGUEZ PASTORIZA, F., 2003. Cultura y televisión. Una relación de conflicto. Gedisa. Barcelona.
- ZALLO, R., 2016. Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder. Gedisa. Barcelona.

Competencias Transversales

CT3. Capacidad para gestionar el lanzamiento y explotación de productos audiovisuales y multimedia, atendiendo a los nuevos modelos de negocio que cruzan mensajes, soportes y fuentes diversas.

CT4. Capacidad de analizar el fenómeno digital en los procesos comunicativos (creación, información, estética..) en el ámbito de los distintos medios de producción audiovisual y, en su dimensión artística, cultural, social, política y económica.

C.5. Capacidad para crear y gestionar empresas audiovisuales en el contexto de la Era Digital.

Competencias Específicas

CE7. Conocimiento de los planteamientos teóricos y prácticos de la estructura empresarial y profesional en el entorno de la comunicación audiovisual para la Era digital para aplicarlos ser aplicados en evaluaciones, estudios e investigaciones.

CE8. Capacidad de realizar estudios de consultoría audiovisual a empresas y organizaciones ofreciendo resultados y propuestas de contenidos audiovisuales.

CE9. Capacidad para elaborar memorias de solicitud y proyectos de creación audiovisual para la captación de fondos públicos y privados tanto nacionales como internacionales para la creación de contenidos audiovisuales.

ASISTENCIA Y TUTORÍAS

Las clases serán presenciales y de asistencia obligatoria. Solo se podrán tener dos faltas no justificadas.

La docencia se impartirá en los días establecidos por cada profesora:

***María del Puy Alvarado** – Clases: 24 y 31 de enero, 7, 14, 21 y 28 de febrero, 6 de marzo y 8 de mayo.

***Carlota Coronado Ruiz** – Clases: 6, 13, 20 de marzo, 3, 10, 17 y 24 de abril y 8 de mayo.

TUTORÍAS: cita previa por correo (carlotac@ucm.es y maalvara@ucm.es)

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación se realizará de manera continua durante todo el cuatrimestre, de forma que la asistencia regular es un pre-requisito básico para obtener un aprobado en la asignatura.

Trabajo final optativo:

Los/as alumnos/as que deseen que su calificación vaya más allá de un aprobado deberán realizar un trabajo para subir nota. El trabajo final se podrá hacer de forma individual o en grupos de 3 personas. Se entregará antes del 8 de mayo de 2024 a través del campus virtual y se expondrá en la última sesión de la asignatura.

En las clases se comentará la bibliografía final y otras fuentes útiles para la preparación de las clases y para los trabajos fin de curso.