

ASIGNATURA: GESTIÓN DEL AUDIOVISUAL DIGITAL					
MÓDULO. LOS PROCESOS DE CREACIÓN DEL AUDIOVISUAL DIGITAL					
Materia:	ANÁLISIS, GESTIÓN Y DEONTOLOGÍA EN LA ERA DIGITAL	Créditos ECTS	6	Carácter	Optativo
Unidad temporal	Primer cuatrimestre		Requisitos previos		Ninguno
Profesor: Prof. José Gregorio Morillas Cantero (josegmor@ucm.es)					
Contenido general de la asignatura					
La asignatura se orienta a impartir los conocimientos necesarios para conocer y analizar la economía del audiovisual a escala internacional y en España, con sus cambios y agentes actuales. Además, se orienta a estudiar las transformaciones estructurales y empresariales generados por la digitalización y la convergencia , así como los nuevos proyectos y modelos de servicios audiovisuales digitales. En un segundo bloque se analiza la producción de creaciones audiovisuales, desde el cine a la televisión y a los servicios en nuevos soportes y plataformas digitales, con especial atención a la sinergia multiplataforma y multimedia entre sectores antes separados del audiovisual, desde el cine, la televisión y el vídeo hasta Internet o los dispositivos móviles.					
Desarrollo del programa					
1- Economía del Audiovisual: Sectores y mercados internacionales y en España 2- La empresa Audiovisual: Proyección y creación de empresas, empresas audiovisuales en Internet y 2.0. 3- La producción Audiovisual: Del Cine a la TV 4- La Producción Audiovisual de futuro: Cambios en la Era Digital					

Bibliografía base

Enrique Bustamante. *La Televisión Económica*. GEDISA. Barcelona. Segunda edición. 2005.

Bustamante, E. *Historia de la Radio y Televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Gedisa. Barcelona. 2013

Enrique Bustamante. (Coord.). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las Industrias Culturales para la Era Digital*. Gedisa. Barcelona. 2003.

Miquel Francés (Coord.) *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la TV Digital*. Gedisa. Barcelona. 2009.

José Jacoste. *El productor cinematográfico*; Síntesis, Madrid, 2004 (2a ed.).

Ramiro Gómez B. de Castro. *El dinero contra el cine*. Imaginógrafo/Egeda, 2005.

Competencias

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.

CE5. Capacidad para crear y gestionar empresas audiovisuales en el contexto de la Era Digital

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.

Evaluación

La evaluación se realizará de manera continua durante todo el cuatrimestre, de forma que la asistencia regular es un pre-requisito básico. Se valorará de forma proporcional la asistencia y participación del alumno en todas las actividades formativas y los resultados de las pruebas objetivas para la valoración de los conocimientos adquiridos por los alumnos en cada uno de los bloques temáticos que constituyen el módulo.

Desglose del sistema evaluación (por porcentaje):

- Participación en las actividades propias de la materia: 50%
- Pruebas de conocimiento: 50%