

Fecha de aprobación: 22/06/2023

Guía docente de la asignatura

Dirección de Proyectos en Empresas Audiovisuales (22711B1)

Grado	Grado en Comunicación Audiovisual	Rama	Ciencias Sociales y Jurídicas
--------------	-----------------------------------	-------------	-------------------------------

Módulo	Industrias Audiovisuales y del Espectáculo	Materia	Dirección de Proyectos en Empresas Audiovisuales
---------------	--	----------------	--

Curso	4º	Semestre	2º	Créditos	6	Tipo	Optativa
--------------	----	-----------------	----	-----------------	---	-------------	----------

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Haber cursado 120 créditos ECTS de Formación Básica y Obligatoria.

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Grado)

- Introducción al diseño organizativo de proyectos de producción en medios audiovisuales. Gestión, diseño y organización de equipos de trabajo. Elaboración de un plan de negocios adecuado a los objetivos y recursos de gestión y financiación disponible. Conocimiento de las claves de los procesos de preproducción, producción y postproducción dentro contexto industrial del sector audiovisual español. Estrategias y técnicas de negociación, tanto en la dirección de recursos humanos como en la dirección comercial.
- Familiarización con las técnicas de programación audiovisual: géneros y tipos de programas, diseño de la parrilla de programación. Técnicas y métodos de análisis de audiencias. Reflexión crítica sobre la recepción de los productos audiovisuales dependiendo de la especificidad de cada medio.
- Base teóricas y principales conceptos para la reflexión crítica sobre la cultura del espectáculo. Principios y estrategias fundamentales de la gestión cultural. Análisis de la puesta en escena de espectáculos dramáticos.
- Técnicas de marketing aplicadas a los medios de comunicación (segmentación, posicionamiento, publicidad y merchandising, imagen corporativa, gestión de patrocinios, etc.). Desarrollo de planes de comunicación e imagen relacionadas con el sector. Visión estrategia del contexto de la competencia en la industria audiovisual. Márketing aplicado a la creatividad audiovisual en Internet.
- Introducción al fenómeno de las adaptaciones y a la teoría de la transmedialidad, así como a las dinámicas de traducción audiovisual. Pequeño taller de guión adaptado. Análisis de prácticas intermediales entre distintos medios y en distintos sentidos (cine, novela, drama, televisión, cómic, videojuegos, poesía, radio, etc.). Reflexión sobre la especificidad de cada medio a propósito de la movilidad intermedial. Conocimiento de los procesos de convergencia en la producción de las industrias audiovisuales y del entretenimiento en la era digital (*).



COMPETENCIAS ASOCIADAS A MATERIA/ASIGNATURA

COMPETENCIAS GENERALES

- CG01 - Conocer teorías, métodos y problemas de la comunicación audiovisual y sus lenguajes que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.
- CG02 - Usar adecuadamente herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual para que los alumnos se expresen a través de imágenes o discursos audiovisuales con la calidad técnica imprescindible.
- CG03 - Exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
- CG04 - Ser capaz de definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o su interpretación.
- CG05 - Ser capaz de incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado.
- CG06 - Ser capaz de percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.
- CG07 - Estar en condiciones de desarrollar la capacidad intelectual que permita al alumnado reflexionar sobre la comunicación no sólo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos individual, social, cultural y político.
- CG08 - Ser capaz de analizar la comunicación social desde el respeto solidario por las diferentes culturas de la sociedad contemporánea y conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y el respeto por los derechos humanos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE01 - Tener capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, presupuestarios y medios técnicos, en las diversas fases de la producción de un relato cinematográfico o videográfico.
- CE03 - Ser capaz de planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos en las producciones mono-cámara y multi-cámara para TV, así como las técnicas y procesos de creación y realización en las distintas fases de la producción televisiva.
- CE13 - Tener capacidad para aplicar procesos y técnicas implicadas en la organización y gestión de recursos técnicos en cualquiera de los soportes sonoros y visuales existentes.
- CE15 - Tener capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual desde los elementos escenográficos y la imagen de marca hasta su proyecto gráfico de comercialización.
- CE16 - Tener capacidad para aplicar técnicas y procesos de producción en la organización de eventos culturales, mediante la planificación de los recursos humanos y técnicos implicados, ajustándose a un presupuesto previo.
- CE18 - Ser capaz de aplicar principios y funciones de la identidad visual para la creación de un manual de normas para la identidad visual corporativa de una empresa determinada.
- CE19 - Ser capaz de llevar a cabo el análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la



programación televisiva y radiofónica así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos tanto comunicativos como espectaculares por ellos generados.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT01 - Tener capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos gestionándolos eficientemente, humanos y de cualquier otra naturaleza, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- CT02 - Poseer conocimientos fundamentales de las Ciencias Sociales.
- CT03 - Poseer conocimientos básicos del entorno económico, político, social y cultural que capacite al alumnado para interactuar con la sociedad.
- CT04 - Demostrar capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las Ciencias Sociales.
- CT05 - Ser capaz de utilizar los principios y valores constitucionales como herramientas de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas.
- CT06 - Conocer el estado del mundo y de su evolución reciente, así como de la comprensión de sus parámetros básicos políticos, económicos y culturales.
- CT07 - Tener capacidad y habilidad para interrelacionar factores históricos, políticos, culturales y económicos, así como sus conexiones con otras áreas de conocimiento.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

- Fomentar la capacidad crítica, analítica y reflexiva en relación al hecho audiovisual, con un conocimiento teórico, técnico y estético de las formas, procesos y tendencias de la comunicación visual de nuestro entorno.
- Adquirir un conocimiento básico y generalista de los principales acontecimientos y mensajes que configuran el panorama actual de los medios audiovisuales, de las representaciones icónicas y acústicas y de su evolución. La dimensión espacial de este conocimiento es fundamental en la medida que contribuye a desarrollar la diversidad disciplinaria y la variedad de funciones de la comunicación audiovisual en las sociedades contemporáneas.
- Proporcionar un conocimiento exhaustivo de las técnicas, tecnologías y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases, así como las interrelaciones entre los sujetos (agentes) de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.
- Conocer las metodologías y conceptos aplicables en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación audiovisual y los futuros entornos tecnológicos.
- Ser capaz de expresarse con corrección, claridad y coherencia en las lenguas propias de su comunidad, así como tener conocimiento de otros idiomas, en particular el inglés, para comunicarse en su ejercicio profesional.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

Tema 1: Introducción. El mercado audiovisual español.

- 1.1. Fundamentación conceptual del mercado audiovisual.



- 1.2. Naturaleza y estructura del mercado audiovisual.
 - 1.3. La industria y los mercados audiovisuales en España.
- Tema 2: Capacidades emprendedoras de los profesionales audiovisuales. El plan de empresa.
- 2.1. Cualidades del emprendedor. El emprendedor audiovisual en la sociedad actual.
 - 2.2. Identificación de oportunidades de negocio en el sector audiovisual. Modelo Canvas.
 - 2.3. Emprendedores/as sociales audiovisuales.
 - 2.4. Plan de empresa y de viabilidad del negocio audiovisual. Concepto, finalidad y estructura.
 - 2.5. Desarrollo y presentación de proyectos audiovisuales.
- Tema 3: Dirección de la empresa audiovisual.
- 3.1. Dirección estratégica de negocios audiovisuales.
 - 3.2. Estrategias para la innovación en proyectos audiovisuales y digitales.
 - 3.3. Gestión y diseño organizativo en la empresa audiovisual.
 - 3.4. Dirección de personas.
 - 3.5. Dirección comercial.
- Tema 4: Gestión económica y financiera.
- 4.1. Inversión en la empresa audiovisual. El plan económico.
 - 4.2. Financiación audiovisual. El plan financiero.
 - 4.3. Fuentes de financiación y nuevos instrumentos de financiación de la industria audiovisual: fundraising, inversores privados (crowdfunding, business angels), ayudas públicas, financiación bancaria, autofinanciación, publicidad.
- Tema 5: Marco legal para la puesta en marcha de una empresa audiovisual.
- 5.1. Elección de empresa y forma jurídica.
 - 5.2. Marco legal para la creación de empresas. Obligaciones contables, fiscales y laborales.
 - 5.3. Proceso de constitución trámites a seguir para la puesta en marcha de una empresa audiovisual.

PRÁCTICO

Con un enfoque práctico y en grupos de trabajo, el alumnado deberá elaborar un plan de negocio de la empresa audiovisual que desearía crear en el futuro. Se simulará un proceso de análisis y formulación estratégica a través de la elaboración del modelo Canvas y del plan de negocio de una empresa audiovisual. El alumnado elaborará en grupo un plan de negocio que recoja al menos los siguientes aspectos:

- Idea
- Análisis del mercado
- Estrategia
- Plan de producción
- Plan organizativo
- Plan de comunicación
- Plan de viabilidad (económico-financiero).

Cada grupo realizará una presentación pública en horario de clase en formato pitch, tras la que se abrirá un turno de preguntas y comentarios entre las personas asistentes a la sesión.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

Bibliografía básica de creación de empresas audiovisuales

- Medina Laverón, M. (2005): “Estructura y gestión de empresas audiovisuales”. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.



- Nuñez, V., Peinado, f. y Pérez, M.J. (2015): La empresa informativa en la era digital. Ediciones Cef.
- Osterwalder y Pigneur (2011): Generación de modelos de negocio. Deusto.
- Bibliografía básica de creación de empresas
- Hisrich, R. D.; Peters, M. P. Y Shepherd, D.A. (2013): Entrepreneurship. Curso Creación de Empresas. Mcgraw-Hill Educación.
- Jiménez Quintero, J.A. (coord.) (2012): Creación de empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica. Ed. Pirámide. Madrid.
- Muñiz, L. (2010): Planes de negocio y estudios de viabilidad: software con casos prácticos y herramientas para elaborar DAFO y evaluar un plan de viabilidad. Profit Editorial, Barcelona.
- Priede Bergamini, T. et al. (2010): Creación y desarrollo de empresas. Ed. Pirámide. Madrid.
- Tamayo, I.; Gutiérrez, L.; Barrales, V.; Bustinza, O.; Fernández, V.; Maraver, G.; Gally, A. (2009): “Guía Creativa del emprendedor socialmente responsable”. Ediciones K&L, Granada.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Bibliografía complementaria. Comunicación audiovisual

- De Mateo, C.; Bergés, L.; Sabater, M. (2009): “Gestión de empresas de comunicación”. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Madrid.
- Kindem, G. y Musburger, R.B. (2007): “Manual de producción audiovisual digital”. Omega. Barcelona.
- Medina Laverón, M. (2006): “Calidad y contenidos audiovisuales”. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.
- Mezquita, M. (2007): “El cuarto equívoco: El poder de los media en la sociedad contemporánea”. Fragua. Madrid.
- Torres i Prat, J. (2005): “Consumo luego existo: Poder, mercado y publicidad”. Icaria. Barcelona.

ENLACES RECOMENDADOS

- [Centro de Información y Creación de Empresas](#). Dirección General de la Industria y Mediana Empresa. Ministerio de Industria, Energía y Turismo
- [Global Entrepreneurship Monitor](#) (Gem)
- [Todo Startups](#)
- [Pulso Social](#)
- [Mooc de emprendimiento](#)

METODOLOGÍA DOCENTE

- MD01 - Lección magistral (expositiva)
- MD02 - Resolución de problemas y estudio de casos prácticos
- MD03 - Prácticas de laboratorio
- MD04 - Prácticas en estudio
- MD05 - Seminarios
- MD06 - Trabajos individuales o en grupo
- MD07 - Análisis de fuentes y documentos



EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

De acuerdo a la Normativa de evaluación y de calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada, aprobada por Consejo de Gobierno en su sesión extraordinaria de 20 de mayo de 2013, con objeto de evaluar la adquisición de los contenidos y competencias a desarrollar en la materia, se utilizará un sistema de evaluación continuo y diversificado, seleccionando las técnicas más adecuadas para la asignatura en cada momento, que permitan poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el alumnado al cursar la asignatura.

Las técnicas evaluativas empleadas para evaluar la convocatoria ordinaria serán:

- Presentación y defensa de un proyecto de empresa en grupo (60%). El proyecto será evaluado sobre 10 puntos. La evaluación del plan de negocio se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:
 - Coherencia y viabilidad del proyecto
 - Presentación y defensa del plan en clase
- Actividades prácticas con presentaciones orales en clase individuales o en grupo (40%). Elaboración de casos/supuestos prácticos sobre contenidos de la asignatura y tareas para el desarrollo de competencias concretas. Cada actividad se puntuará con hasta 10 puntos.

Para cada una de ellas, se indicará si además del resultado/producto presentado, será tenida en cuenta la exposición o cualquier otro aspecto particular de la actividad y con qué peso. La nota de las actividades prácticas se corresponderá con la media ponderada del total de actividades realizadas.

- La asistencia es obligatoria. La entrega de actividades lleva aparejada la asistencia del alumnado. En otro caso, dicha actividad no será evaluada.

La nota final corresponderá a la media ponderada de la puntuación obtenida en el proyecto de empresa y en las actividades prácticas.

No obstante, de forma alternativa, se contempla la realización de una evaluación única final a la que podrán acogerse aquellos estudiantes que no puedan cumplir con el método de evaluación continua por motivos laborales, estado de salud, discapacidad o cualquier otra causa debidamente justificada que les impida seguir el régimen de evaluación continua. En este caso se realizará una prueba escrita que podrá consistir en un examen escrito de varias preguntas teórico-prácticas que puntuará sobre 10 y que el alumnado preparará en base a la bibliografía recomendada. En cualquier caso, éste será el único sistema de evaluación a utilizar en las convocatorias extraordinarias.

El alumnado podrá acogerse a la Evaluación Única Final de acuerdo con lo establecido en la "Normativa de Evaluación y de Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada" (aprobada por Consejo de Gobierno en la sesión extraordinaria del 20 de mayo de 2013).

En las convocatorias extraordinarias, el alumnado que no haya superado la asignatura en la convocatoria ordinaria de junio tendrá que realizar un examen teórico-práctico de los contenidos incluidos en el temario de la asignatura sobre un máximo de 10 puntos

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Se realizará una prueba escrita que consistirá en un examen escrito de varias preguntas teórico-prácticas, que puntuará sobre 10 y que el alumnado preparará con base en la bibliografía recomendada.

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

Se contempla la realización de una evaluación única final a la que podrán acogerse aquellos



estudiantes que no puedan cumplir con el método de evaluación continua por motivos laborales, estado de salud, discapacidad o cualquier otra causa debidamente justificada que les impida seguir el régimen de evaluación continua. En este caso se realizará una prueba escrita que podrá consistir en un examen escrito de 4 a 6 preguntas prácticas que puntuará sobre 10 y que el alumnado preparará con base en la bibliografía recomendada. En cualquier caso, éste será el único sistema de evaluación a utilizar en las convocatorias extraordinarias. El alumnado podrá acogerse a la Evaluación Única Final de acuerdo con lo establecido en la “Normativa de Evaluación y de Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada” (aprobada por Consejo de Gobierno en la sesión extraordinaria del 20 de mayo de 2013). En las convocatorias extraordinarias, el alumnado que no haya superado la asignatura en la convocatoria ordinaria de junio tendrá que realizar un examen teórico-práctico de los contenidos incluidos en el temario de la asignatura sobre un máximo de 10 puntos.

INFORMACIÓN ADICIONAL

- Información sobre el Plagio (artículo 15 de la Normativa de Evaluación y de Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada):
 1. La Universidad de Granada fomentará el respeto a la propiedad intelectual y transmitirá a los estudiantes que el plagio es una práctica contraria a los principios que rigen la formación universitaria. Para ello procederá a reconocer la autoría de los trabajos y su protección de acuerdo con la propiedad intelectual según establezca la legislación vigente.
 2. El plagio, entendido como la presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio o la copia de textos sin citar su procedencia y dándolos como de elaboración propia, conllevará automáticamente la calificación numérica de cero en la asignatura en la que se hubiera detectado, independientemente del resto de las calificaciones que el estudiante hubiera obtenido. Esta consecuencia debe entenderse sin perjuicio de las responsabilidades disciplinarias en las que pudieran incurrir los estudiantes que plagien.
 3. Los trabajos y materiales entregados por parte de los estudiantes tendrán que ir firmados con una declaración explícita en la que se asume la originalidad del trabajo, entendida en el sentido de que no ha utilizado fuentes sin citarlas debidamente.

