



DATOS IDENTIFICATIVOS

Empresa: Dirección y gestión de empresas audiovisuales

Asignatura	Empresa: Dirección y gestión de empresas audiovisuales			
Código	P04G070V01302			
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione FB	Curso 2	Cuatrimstre 1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	García-Pintos Escuder, Adela			
Profesorado	García-Pintos Escuder, Adela			
Correo-e	adelagpe@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El objetivo de la asignatura es que el alumno comprenda, con un enfoque práctico y participativo, los componentes y funcionamiento de la empresa como una realidad socioeconómica. Se incidirá en la interrelación con otras materias, proporcionando los conocimientos, actitudes y habilidades necesarias para desarrollar con eficacia y eficiencia su futura actividad profesional. Se hará especial referencia a la empresa audiovisual, en general y al contexto empresarial de Galicia, en particular.			

Competencias

Código	
A3	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.
B2	Conocimiento de la realidad político-social del mundo en la era de la comunicación global.
B3	Conocimientos sobre las políticas públicas de subvención de la producción y distribución audiovisual en los ámbitos europeos, nacional y autonómico, así como las condiciones legales y financieras para su obtención, incluyendo los programas I+D+i y los beneficios de la colaboración entre empresas de ámbito internacional. Análisis de oportunidades, riesgos y efectos de las dichas políticas.
B4	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.
B5	Habilidad para exponer los resultados de los trabajos académicos de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos de acuerdo a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
B6	Capacidad para definir proyectos personales de creación innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o a su interpretación.
C23	Capacidad para la identificación de los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en su estructura industrial: análisis de mercado, producción, distribución y exhibición, así como el fomento de la actividad emprendedora y del concepto de empresa como unidad básica de producción audiovisual.
D1	Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales
D2	Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados
D3	Capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.
D4	Capacidad para tomar decisiones fundamentadas en situaciones de incertidumbre, asumiendo de forma constructiva las consecuencias y resultados obtenidos.
D5	Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos
D6	Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual

- D7 Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, por los valores universales de educación, cultura, paz y justicia, y por los derechos humanos, la igualdad de oportunidades y la no discriminación de mujeres y personas con discapacidad

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Analizar e interpretar datos relevantes para poder opinar así como emitir juicios de valor sobre temas relevantes de índole social, científica y ética	A3
Ser Capaz de comprender la estructura de trabajo de equipo como parte fundamental de la dirección integrada de proyectos	
Ser Capaz de comprender la estructura de trabajo de equipo como parte fundamental de la dirección integrada de proyectos	
Comprender la realidad de política-social en la era de la comunicación global.	B2
Conocer las políticas públicas de subvención de la producción y distribución audiovisual en los ámbitos europeos, nacional y autonómico, así como las condiciones legales y financieras para su obtención, incluyendo los programas I+D+i y los beneficios de la colaboración entre empresas de ámbito internacional. También incluye analizar las oportunidades, riesgos y efectos de las dichas políticas.	B3
Conocer y seleccionar las técnicas y procesos de producción en la organización de eventos culturales más adecuados en cada situación, mediante la planificación de los recursos humanos y técnicos implicados, ajustándose a un presupuesto previo.	B4
Exponer los resultados de los trabajos académicos de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos de acuerdo a los cánones de las disciplinas de la comunicación, escogiendo en cada momento el medio más adecuado	B5
Definir proyectos personales de creación innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o a su interpretación.	B6
Preparar para adaptarse a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.	D1
Adaptarse para el trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados	D2
Comprender en qué consiste la asunción de riesgos expresivos y temáticos, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos, y valorar en cada momento el riesgo que se debe asumir	D3
Elegir de forma fundamentada en situaciones de incertidumbre, asumiendo de forma constructiva las consecuencias y resultados obtenidos.	D4
Realizar de forma sistemática autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos	D5
Organizar y temporalizar las tareas: realizarlas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual	D6
Aplicar los valores universales de educación, cultura, paz y justicia, y por los derechos humanos, la igualdad de oportunidades y la no discriminación de mujeres y personas con discapacidad.	D7
Identificar y aplicar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en su estructura industrial: análisis de mercado, producción, distribución y exhibición, así como el fomento de la actividad emprendedora y del concepto de empresa como unidad básica de producción audiovisual.	C23

Contenidos	
Tema	
1. La empresa como un sistema complejo	1.1. El sistema empresa: componentes. 1.2. Objetivos y funciones de cada componente
2. El entorno de la empresa audiovisual	2.1. El entorno general 2.2. El entorno específico: rivalidad y cooperación. 2.3. Fuentes de información.
3. El factor humano en la empresa audiovisual	3.1. Cultura empresarial 3.2. El liderazgo 3.3. El poder en las organizaciones 3.4. Dirección y gestión de RR.HH
4. La estructura organizativa y los procesos de la empresa audiovisual	4.1. Estructura organizativa 4.2. Agrupaciones estructurales 4.3. El organigrama 4.4. Nuevas formas estructurales

5. Aspectos económico-financieros de la empresa audiovisual	5.1. La inversión: concepto y tipos 5.2. La financiación: concepto y tipos 5.3. El reflejo contable de los hechos económicos: El Balance, La cuenta de pérdidas y ganancias 5.4. Indicadores económico financieros: el árbol de rentabilidad, cálculo del punto muerto 5.5. Visión de la estructura económico financiera de las empresas audiovisuales
6. Diagnóstico y diseño estratégico.	6.1 La dirección de empresas 6.2. El diagnóstico de la empresa: global, funcional y DAFO 6.3. El diseño de estrategias

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	26	65	91
Trabajos de aula	15	18	33
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	1	14	15
Pruebas de respuesta corta	2	8	10

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividad encaminada a la presentación de la asignatura
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos de la materia objeto de estudio, así como las bases teóricas.
Trabajos de aula	El estudiante desarrollará ejercicios o estudios de casos en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor. También incluye aquellas actividades que el alumno deberá llevar a cabo previamente de forma autónoma y su resolución será debatida en el aula.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Las tutorías se fijarán a principio de cuatrimestre.
Trabajos de aula	Las tutorías se fijarán a principio de cuatrimestre.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Trabajos de aula	Con el objetivo de incentivar el trabajo regular y continuo del alumno en el desarrollo de la materia, se valorará, mediante una observación cuantificada, la asistencia y participación activa en las sesiones prácticas. La puntuación total de este epígrafe (1 punto) se divide entre el número total de sesiones efectivas que se desarrollen.	10	A3	B2	C23	D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Pruebas para la evaluación que incluyen actividades, problemas o ejercicios prácticos a resolver. Los alumnos deben dar respuesta a la actividad planteada, aplicando los conocimientos teóricos y prácticos de la asignatura. Para ello se utilizarán las TICs. No se admitirá ningún ejercicio entregado fuera de plazo ni enviado en otro medio que no sea a través de la plataforma FAITIC	10	A3	B2	C23	D3 D4 D5 D6 D7
Pruebas de respuesta corta	Se trata de una prueba a final de curso orientada a la aplicación de los conceptos desarrollados en la asignatura.	80	A3	B2	C23	D1 D3 D4 D7

Otros comentarios sobre la Evaluación

Esta materia se imparte en régimen PRESENCIAL por lo que los alumnos deben asistir a las sesiones teóricas y prácticas en

el horario establecido por el centro. Esto supone que el único sistema de evaluación es el contemplado en esta guía.

El sistema de evaluación de la materia se apoya en tres elementos:

- a) Superación de la parte práctica, con la realización de las actividades programadas. (2 puntos).
- b) Superación de la parte teórica, mediante un examen escrito que se realizará en la fecha señalada por el centro. (8 puntos)
- c) La asistencia y participación del alumnado en las clases teóricas e prácticas.

Es requisito indispensable para sumar la parte práctica al menos haber sacado un 4 sobre 10 puntos en el examen teórico.

CONVOCATORIA DE JULIO / EXTRAORDINARIA

1. La forma de evaluación en la convocatoria de julio y extraordinaria es la misma que en enero.

2. Particularidades:

- a) No existe posibilidad de mejorar la nota de la parte práctica para la convocatoria de julio, ya que se trata de actividades programadas a lo largo del curso.
- b) Si la materia no es superada en esta convocatoria, el alumno deberá cursarla nuevamente adaptándose a la guía docente que esté vigente en el curso académico en cuestión y, por lo tanto, no conservará ninguna de las calificaciones obtenidas en el presente curso.

Fuentes de información

AUGROS, J. (2000): *El dinero de Hollywood: financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Paidós.
AGUADO, G.; GALÁN, J.; FERNÁNDEZ-BEAUMONT, J.; GARCÍA, L. J. (2008): *Organización y gestión de la empresa informativa*, Madrid: Editorial Síntesis.

BUSTAMANTE, E. (2001): *La televisión económica : Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.

CASTAN, J. M. (2007): *Fundamentos y aplicaciones de la gestión financiera de la empresa*, Pirámide, 2ª ed.

CALVO, C. (2003): *La empresa de cine en España*. Ediciones laberinto: Madrid

CUEVAS, A. (1999): *Economía cinematográfica: la producción y el comercio de películas*. Compañía Audiovisual Imaginógrafo: Madrid.

ÉCIJA, H. et al. (2000): *Libro blanco del audiovisual: cómo producir, distribuir y financiar una obra audiovisual*. Grupo Exportfilm: Madrid

GARCÍA, P. Y RAMÍREZ, M. del M. (2004): *Creando empresas para el sector audiovisual : Cine, televisión, documental y animación*, Sevilla: Fundación Audiovisual de Andalucía.

GARCÍA-TENORIO RONDA, J.; GARCÍA MERINO, M. T.; PÉREZ RODRÍGUEZ, M. J.; SÁNCHEZ QUIRÓS, I. y SANTOS ÁLVAREZ, M. V. (2006): *Organización y dirección de empresas*, Thomson.

MEDINA LAVERÓN, M. (2005): *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*, EUNSA.

PIÑEIRO, P. et al (2010): *Introducción a la economía de la empresa : una visión teórico-práctica*. Delta: Madrid.

SIMON, D. Y WIESE, M. (2006): *Film & video budgets*. Studio City (California): Michael Wiese Productions, 4º ed.

ROBBINS, S. P. (1996): *Comportamiento organizacional. Teoría y práctica*, Prentice Hall, 7ª ed.

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Empresa: Marketing de productos audiovisuales y multimedia/P04G070V01401

Gestión de proyectos audiovisuales e interactivos/P04G070V01405
