



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	Cuatrimestre 1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Figueroa Dorrego, Pedro			
Profesorado	Figueroa Dorrego, Pedro			
Correo-e	figueroa@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	
B4	Habilidad para exponer los resultados de los trabajos académicos de manera escrita, oral o por medios audiovisuales o informáticos de acuerdo a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
B5	Conocimiento de los valores constitucionales, principios éticos y normas deontológicas aplicables a la comunicación audiovisual, en especial las relativas a la igualdad de hombres y mujeres, a la no discriminación de personas con discapacidad y al uso no sexista de la imagen femenina en los medios de comunicación de masas.
C4	Conocimiento de los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales.
D1	Comprender la importancia de los cambios tecnológicos, económicos y sociales en el desarrollo de proyectos audiovisuales
D5	Comprender la importancia de desarrollar un respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, por los valores universales de educación, cultura, paz y justicia, por los derechos humanos, la igualdad de oportunidades y la no discriminación por razones de sexo, raza o religión.
D6	Comprender la necesidad de la conservación del patrimonio lingüístico, audiovisual y cultural de Galicia

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
1 - 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	C4	D6
2 - Exponer los resultados de los trabajos académicos de manera oral o por medios audiovisuales o B4 informáticos, de acuerdo a los cánones de las disciplinas de la comunicación		
3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.	C4	D1
4 - 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	B4	

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. La 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
Lección magistral	26	65	91
Trabajos de aula	20	13	33
Otras	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 materia
Lección 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
Lección 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 (2 punto) se divide entre el número total de sesiones efectivas que se desarrollen.	20	B4 B5	C4	D5 D6
Otras	realización de trabajo en grupo sobre caso de innovación de producto	20	B4	C4	D1
Pruebas de respuesta corta	Se trata de una prueba a final de curso orientada a la aplicación de los conceptos desarrollados en la materia.	60	B4	C4	D6

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:

- Superación de la parte práctica, con la realización de las actividades programadas. (4 puntos).
- Superación de la parte teórica, mediante un examen escrito que se realizará en la fecha señalada por el centro. (6 puntos)
- La asistencia y participación del alumnado en las clases teóricas y prácticas.

ES requisito indispensable para sumar la parte práctica por lo menos sacar 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:

- 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.
- 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 tela de juicio y, por tanto, no conservará ninguna de las calificaciones obtenidas en el presente curso.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

- AUGROS, J., **El dinero de Hollywood: financiación, producción, distribución y nuevos mercados**, Paidós, 2000
- AGUADO, G.; GALÁN, J.; FERNÁNDEZ-BEAUMONT, J.; GARCÍA, L. J., **Organización y gestión de la empresa informativa**, Síntesis, 2008
- BUSTAMANTE, E., **La televisión económica : Financiación, estrategias y mercados.**, Gedisa, 2001
- CASTAN, J. M., **Fundamentos y aplicaciones de la gestión financiera de la empresa**, 2, Pirámide, 2007
- CALVO, C., **La empresa de cine en España.**, Ediciones laberinto, 2003
- CUEVAS, A, **Economía cinematográfica: la producción y el comercio de películas.**, Compañía Audiovisual Imaginógrafo, 1999
- ÉCIJA, H. et al., **Libro blanco del audiovisual: cómo producir, distribuir y financiar una obra audiovisual**, Grupo Exportfilm, 2000
- GARCÍA, P. Y RAMÍREZ, M. del M., **Creando empresas para el sector audiovisual : Cine, televisión, documental y animación.**, Fundación Audiovisual de Andalucía., 2004
- GARCÍA-TENORIO RONDA, J.; GARCÍA MERINO, M. T.; PÉREZ RODRÍGUEZ, M. J.; SÁNCHEZ QUIRÓS, I. y SANTOS, **Organización y dirección de empresas**, Thomson, 2006
- MEDINA LAVERÓN, M., **Estructura y gestión de empresas audiovisuales**, EUNSA, 2005
- PIÑEIRO, P. et al, **Introducción a la economía de la empresa : una visión teórico-práctica.**, Delta, 2010
- SIMON, D. Y WIESE, M., **Film & video budgets. Studio City**, 4, Michael Wiese Productions, 2006
- ROBBINS, S. P., **Comportamiento organizacional. Teoría y práctica**, 7, Prentice Hall, 1996

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Empresa: Marketing de productos audiovisuales y multimedia/P04G070V01401

Gestión de proyectos audiovisuales e interactivos/P04G070V01405