



DATOS IDENTIFICATIVOS

Empresa: Dirección e xestión de empresas audiovisuais

Materia	Empresa: Dirección e xestión de empresas audiovisuais			
Código	P04G070V01302			
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores	Creditos ECTS 6	Sinale FB	Curso 2	Cuadrimestre 1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	García-Pintos Escuder, Adela			
Profesorado	García-Pintos Escuder, Adela			
Correo-e	adelagpe@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	O obxectivo da materia é que o alumno comprenda, cun enfoque práctico e participativo, os compoñentes e funcionamento da empresa como unha realidade socioeconómica. Incidirase na *interrelación con outras materias, proporcionando os coñecementos, actitudes e habilidades necesarias para desenvolver con eficacia e eficiencia a súa futura actividade profesional. Farase especial referencia á empresa audiovisual, en xeral e ao contexto empresarial de Galicia, en particular.			

Competencias

Código	
A3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
B2	Coñecemento da realidade político-social do mundo na era da comunicación global
B3	Coñecementos sobre as políticas públicas de subvención da produción e distribución audiovisual nos ámbitos europeos, nacional e autonómico, así como as condicións legais e financeiras para a súa obtención, incluíndo os programas I+D+i e os beneficios da colaboración entre empresas de ámbito internacional. Análise de oportunidades, riscos e efectos das devanditas políticas.
B4	Capacidade para aplicar técnicas e procesos de produción na organización de eventos culturais, mediante a planificación dos recursos humanos e técnicos implicados, axustándose a un orzamento previo
B5	Habilidade para expoñer os resultados dos traballos académicos de xeito oral ou por medios audiovisuais ou informáticos consonte os canons das disciplinas da comunicación
B6	Capacidade para definir proxectos persoais de creación innovadora que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes audiovisuais ou á súa interpretación
C23	Capacidade para a identificación dos procesos e técnicas implicadas na dirección e xestión de empresas audiovisuais na súa estrutura industrial: análise de mercado, produción, distribución e exhibición, así como o fomento da actividade emprendedora e do concepto de empresa como unidade básica de produción audiovisual.
D1	Capacidade de adaptación aos cambios tecnolóxicos, empresariais ou organigramas laborais
D2	Capacidade de traballo en equipo e de comunicación das propias ideas mediante a creación dun ambiente propicio, así como capacidade para integrarse nun proxecto común encamiñado á obtención de resultados
D3	Capacidade para asumir riscos expresivos e temáticos, aplicando solucións e puntos de vista persoais no desenvolvemento dos proxectos.
D4	Capacidade para tomar decisións fundamentadas en situacións de incerteza, asumindo de forma constructiva as consecuencias e resultados obtidos.
D5	Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir e axustar constantemente os erros cometidos nos procesos creativos ou organizativos
D6	Orde e método: habilidade para a organización e temporalización das tarefas, realizándoas de xeito ordenado adoptando con lóxica as decisións prioritarias nos diferentes procesos de produción audiovisual

- D7 Conciencia solidaria: respecto solidario polas diferentes persoas e pobos do planeta, polos valores universais de educación, cultura, paz e xustiza, e polos dereitos humanos, a igualdade de oportunidades e a non discriminación de mulleres e persoas con discapacidade

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Analizar e interpretar datos relevantes para poder opinar así como emitir xuízos de valor sobre temas relevantes de índole social, científica e ética	A3
Comprender a realidade de política-social na era da comunicación global.	B2
Coñecer as políticas públicas de subvención da produción e distribución audiovisual nos ámbitos europeos, nacional e autonómico, así como as condicións legais e financeiras para a súa obtención, incluíndoos programas I+D+i e os beneficios da colaboración entre empresas de ámbito internacional. Tamén inclúe analizar as oportunidades, riscos e efectos das ditas políticas.	B3
Coñecer e seleccionar as técnicas e procesos de produción na organización de eventos culturais máis adecuados en cada situación, mediante a planificación dos recursos humanos e técnicos implicados, axustándose a un orzamento previo.	B4
Expor os resultados dos traballos académicos de maneira oral ou por medios audiovisuais ou informáticos de acordo aos canons das disciplinas da comunicación, escollendo en cada momento o medio máis adecuado	B5
Definir proxectos persoais de creación innovadora que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes audiovisuais ou á súa interpretación.	B6
Preparar para adaptarse aos cambios tecnolóxicos, empresariais ou organigramas laborais.	D1
Adaptarse para o traballo en equipo e de comunicación das propias ideas mediante a creación dun ambiente propicio, así como para integrarse nun proxecto común destinado á obtención de resultados	D2
Comprender en que consiste a asunción de riscos expresivos e temáticos, aplicando solucións e puntos de vista persoais no desenvolvemento dos proxectos, e valorar en cada momento o risco que se debe asumir	D3
Elixir de forma fundamentada en situacións de incerteza, asumindo de forma construtiva as consecuencias e resultados obtidos.	D4
Realizar de forma sistemática autoevaluación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir e axustar constantemente os erros cometidos nos procesos creativos ou organizativos	D5
Organizar e temporalizar as tarefas: realízalas de maneira ordenada adoptando con lóxica as decisións prioritarias nos diferentes procesos de produción audiovisual	D6
Aplicar os valores universais de educación, cultura, paz e xustiza, e polos dereitos humanos, a igualdade de oportunidades e a non discriminación de mulleres e persoas con discapacidade.	D7
Identificar e aplicar os procesos e técnicas implicadas na dirección e xestión de empresas audiovisuais na súa estrutura industrial: análise de mercado, produción, distribución e exhibición, así como o fomento da actividade emprendedora e do concepto de empresa como unidade básica de produción audiovisual.	C23

Contidos

Tema	
1. A empresa como un sistema complexo	1.1. O sistema empresa: compoñentes. 1.2. Obxectivos e funcións de cada compoñente
2. A contorna da empresa audiovisual	2.1. A contorna xeral 2.2. A contorna específica: rivalidade e cooperación. 2.3. Fontes de información.
3. O factor humano na empresa audiovisual	3.1. Cultura empresarial 3.2. O liderado 3.3. O poder nas organizacións 3.4. Dirección e xestión de RR.HH
4. A estrutura organizativa e os procesos da empresa audiovisual	4.1. Estrutura organizativa 4.2. Agrupacións estruturais 4.3. A organigrama 4.4. Novas formas estruturais
5. Aspectos económico-financeiros da empresa audiovisual	5.1. O investimento: concepto e tipos 5.2. O financiamento: concepto e tipos 5.3. O reflexo contable dos feitos económicos: O Balance, A conta de perdas e ganancias 5.4. Indicadores económico financeiros: a árbore de rendibilidade, cálculo do punto morto 5.5. Visión da estrutura económico financeira das empresas audiovisuais

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	1	0	1
Sesión maxistral	26	65	91
Traballos de aula	15	18	33
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	1	14	15
Probas de resposta curta	2	8	10

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introdutorias	Actividade encamiñada á presentación da materia
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos da materia obxecto de estudo, así como as bases teóricas.
Traballos de aula	O estudante desenvolve exercicios ou estudos de casos baixo as directrices e supervisión do profesor.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	O horario concretarase ao comezo do curso. Nelas o profesor, de forma individual ou en pequeno grupo, atenderá as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Así mesmo utilizarase a plataforma FAITIC como mecanismo fundamental de apoio á docencia e de comunicación co alumnado. Por iso, é imprescindible que todos os alumnos matriculados déanse de alta canto antes no sistema.
Traballos de aula	O horario concretarase ao comezo do curso. Nelas o profesor, de forma individual ou en pequeno grupo, atenderá as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Así mesmo utilizarase a plataforma FAITIC como mecanismo fundamental de apoio á docencia e de comunicación co alumnado. Por iso, é imprescindible que todos os alumnos matriculados déanse de alta canto antes no sistema.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Traballos de aula	Co obxectivo de incentivar o traballo regular e continuo do alumno no desenvolvemento da materia, valorarase, mediante unha observación cuantificada, a asistencia e participación activa nas sesións prácticas. A puntuación total deste epígrafe (1 punto) divídese entre o número total de sesións efectivas que se desenvolvan.	10	A3	B2 B3 B4 B5 B6	C23	D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Probas para a avaliación que inclúen actividades, problemas ou exercicios prácticos a resolver. Os alumnos deben dar resposta á actividade exposta, aplicando os coñecementos teóricos e prácticos da materia. Para iso utilizaranse os Tics. Non se admitirá ningún exercicio entregado fóra de prazo nin enviado noutro medio que non sexa a través da plataforma FAITIC	10	A3	B2 B3 B4	C23	D3 D4 D5 D6 D7
Probas de resposta curta	Trátase dunha proba a final de curso orientada á aplicación dos conceptos desenvolvidos na materia.	80	A3	B2 B3 B4	C23	D1 D3 D4 D7

Outros comentarios sobre a Avaliación

Esta materia impártese en réxime PRESENCIAL polo que os alumnos deben asistir ás sesións teóricas e prácticas no horario establecido polo centro. Isto supón que o único sistema de avaliación é o contemplado nesta guía.

O sistema de avaliación da materia apóiase en tres elementos:

- a) Superación da parte práctica, coa realización das actividades programadas. (2 puntos).
- b) Superación da parte teórica, mediante un exame escrito que se realizará na data sinalada polo centro. (8 puntos)
- c) A asistencia e participación do alumnado nas clases teóricas e prácticas.

É requisito indispensable para sumar a parte práctica polo menos sacar un 4 sobre 10 puntos no exame teórico.

CONVOCATORIA DE XULLO / EXTRAORDINARIA

1. A forma de avaliación na convocatoria de xullo e extraordinaria é a mesma que en xaneiro.

2. Particularidades:

- a) Non existe posibilidade de mellorar a nota da parte práctica para a convocatoria de xullo, xa que se trata de actividades programadas ao longo do curso.
- b) Se a materia non é superada nesta convocatoria, o alumno deberá cursala novamente adaptándose á guía docente que estea vixente no curso académico en cuestión e, por tanto, non conservará ningunha das cualificacións obtidas no presente curso.

Bibliografía. Fontes 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.

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Empresa: Mercadotecnia de produtos audiovisuais e multimedia/P04G070V01401

Xestión de proxectos audiovisuais e interactivos/P04G070V01405
