

Titulación: **COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

Asignatura: EMPRESA AUDIOVISUAL

Curso: TERCERO

Duración: ANUAL

Carácter: TRONCAL

Créditos: 9

Profesor: Dr. JOSÉ RAMÓN SÁNCHEZ GALÁN

OBJETIVOS

Los alumnos, a través de un caso práctico general, desarrollan los diferentes subsistemas de una empresa (producción, inversión, marketing y organización) a cada uno de los diferentes segmentos del sistema audiovisual: Prensa, Radio, Televisión y Cine.

Para ello se desarrollan los contenidos de cada parte del sistema audiovisual teniendo como base una empresa ficticia creada al respecto y, así, de manera práctica estudiar los aspectos teóricos de la asignatura.

Asimismo, los alumnos deberán elaborar un trabajo relacionado con el contenido de la asignatura que les será requerido al finalizar el curso, así como la evaluación de un libro de lectura obligatorio que será entregada también a final de curso.

METODOLOGÍA

El contenido de la asignatura se reparte entre un contenido teórico y un contenido práctico.

El primero, a partir de la documentación entregada a los alumnos para la necesaria preparación de las pruebas escritas que tendrán lugar a lo largo del curso.

El contenido práctico supone el desarrollo, por parte del alumnado, de casos prácticos propuestos en la asignatura y relacionados con los temas a tratar en la misma.

CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN: CONCEPTO Y ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE UNA EMPRESA.

1. Los conceptos básicos de la empresa: la empresa como sistema.
2. Tipos de sociedades.
3. Estudio del entorno empresarial y criterios de medida. La competitividad.
4. La importancia del empresario: aportaciones principales.
5. El Plan de Empresa. Funcionamiento general de una empresa audiovisual.

LA EMPRESA DE PRENSA: EL CASO DE UNIPRENSA.

Pasos previos: Creación y constitución de la Sociedad. Objetivos y estrategias de la empresa. Tipos de empresas de prensa.

1. Función de operaciones.
 - Creación y diseño del producto prensa.
 - El método PERT. Aplicación a Uniprensa.
 - Dimensión y localización de Uniprensa.
2. Función de financiación e inversión.
 - El proceso de financiación de Uniprensa: recursos propios y ajenos.
 - El proceso de inversión de Uniprensa. Clases de inversiones.
 - La estructura económico – financiera de Uniprensa.
3. Contabilidad y análisis contable.
 - El Balance: Activo, Pasivo, Neto. El caso de Uniprensa.
 - La Cuenta de Resultados de Uniprensa: Pérdidas, Ganancias, Beneficio.
 - Análisis y situación contable de Uniprensa.

4. Función de comercialización.
 - El *marketing mix* en Uniprensa: la importancia de la publicidad.
 - El análisis DAFO. El caso de Uniprensa.
5. Función de organización y el sistema de información.
 - El organigrama de Uniprensa
 - Política de recursos humanos: Motivación y contratación.
 - El sistema de dirección: niveles y estilos.
 - El Sistema de información intraempresarial.

LA EMPRESA DE RADIO: EL CASO DE RADIOSA

Pasos previos: Creación y constitución de la Sociedad. Objetivos y estrategias de la empresa. Tipos de empresas de radio.

1. Función de operaciones.
 - Creación y diseño del producto radiofónico.
 - El método PERT para Radiosa.
 - Dimensión y localización de Radiosa.
2. Función de financiación e inversión.
 - El proceso de financiación de Radiosa: recursos propios y ajenos.
 - El proceso de inversión de Radiosa.
 - La estructura económico – financiera de Radiosa.
3. Contabilidad y análisis contable.
 - El Balance de Radiosa: Activo, Pasivo, Neto.
 - La Cuenta de Resultados de Radiosa: Pérdidas, Ganancias, Beneficio.
 - Análisis y situación contable de Radiosa.
4. Función de comercialización.
 - El *marketing mix* en Radiosa.
 - El análisis DAFO de Radiosa.
5. Función de organización y el sistema de información.
 - El organigrama de Radiosa.
 - Política de recursos humanos: Motivación y contratación en Radiosa.
 - El sistema de dirección: niveles y estilos.
 - El Sistema de información intraempresarial.

LA EMPRESA DE TELEVISIÓN: EL CASO DE TELEVSA.

Pasos previos: Creación y constitución de la Sociedad. Objetivos y estrategias de la empresa. Tipos de empresas de televisión.

1. Función de operaciones.
 - Creación y diseño del producto televisivo.
 - El método PERT para Televsa.
 - Dimensión y localización de Televsa.
2. Función de financiación e inversión en Televsa.
 - El proceso de financiación.
 - El proceso de inversión.
 - La estructura económico – financiera.
3. Contabilidad y análisis contable de Televsa.
 - El Balance: Activo, Pasivo, Neto.
 - La Cuenta de Resultados: Pérdidas, Ganancias, Beneficio.
 - Análisis y situación contable.
4. Función de comercialización.
 - El *marketing mix* en Televsa: la importancia de la audiencia.
 - El análisis DAFO.
5. Función de organización y el sistema de información de Televsa.
 - El organigrama.
 - Política de recursos humanos: Motivación y contratación.
 - El sistema de dirección: niveles y estilos.
 - El Sistema de información intraempresarial.

LA EMPRESA DE CINE: EL CASO DE CINESA.

Pasos previos: Creación y constitución de la Sociedad. Objetivos y estrategias de la empresa. Tipos de empresas de cine.

1. Función de operaciones.
 - Creación y diseño del producto cinematográfico.
 - El método PERT para Cinesa.
 - Dimensión y localización de Cinesa.
2. Función de financiación e inversión de Cinesa.
 - El proceso de financiación de Uniprensa: recursos propios y ajenos.
 - El proceso de inversión de Uniprensa. Clases de inversiones.
 - La estructura económico – financiera de Uniprensa.
3. Contabilidad y análisis contable de Cinesa.
 - El Balance: Activo, Pasivo, Neto.
 - La Cuenta de Resultados: Pérdidas, Ganancias, Beneficio.
 - Análisis y situación contable de Cinesa.
4. Función de comercialización.
 - El *marketing mix* en Cinesa: la importancia de los productores.
5. Función de organización y el sistema de información en Cinesa.
 - El organigrama empresarial.
 - Política de recursos humanos: Motivación y contratación.
 - El sistema de dirección: niveles y estilos.
 - El Sistema de información intraempresarial.

EVALUACIÓN

Para poder superar la asignatura por curso, es necesario cumplir los siguientes requisitos:

1. Asistencia mínima del 70% o del 50% (en caso de cursar doble licenciatura). La no superación de la asistencia de manera injustificada impide el concurso a las pruebas parciales escritas que tendrán lugar a lo largo del curso.
2. Superar las pruebas parciales. Para poder presentarse es necesario cumplir con los requisitos mínimos de asistencia expuestos en el punto anterior.
3. Superar la asistencia a controles y pruebas prácticas a desarrollar a lo largo del curso.
4. Superar los trabajos finales de curso.

En caso de no superar por curso, la nota final (sujeta a la asistencia mínima exigida) se reparte de acuerdo con el siguiente porcentaje, teniendo en cuenta que es necesario obtener un mínimo de 5 en el examen.

- Nota de los exámenes escritos: 40% de la nota.
- Nota de los trabajos: 40% de la nota.
- Resto: Controles, pruebas prácticas...: 20% de la nota.

La superación de las pruebas escritas no garantiza aprobar la asignatura. Es necesario, también, puntuar en los otros dos componentes para la nota final.

BIBLIOGRAFÍA

ÉCIJA, H.: Libro blanco del audiovisual. Cómo producir, distribuir y financiar una obra audiovisual, Grupo ExportFilm-Écija y Asociados, 2000.

MEDINA LAVERON, M.: Estructura y Gestión de empresas audiovisuales, Eunsa, 2005.

NIETO A.; IGLESIAS F.: La empresa informativa (2ª ed.), Ariel, 2000

RODRÍGUEZ RAD, C.J.: Marketing para Empresas Audiovisuales. Mergablum, Sevilla, 2003.

SUÁREZ SUÁREZ, A. S.: Curso de Economía de la Empresa (7ª ed.), Pirámide, 2001.