

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2008/2009

Identificación y características de la asignatura			
Denominación y código	Estructura Económica de los Medios Audiovisuales	código	101918
Créditos (T+P)	6 (4 T + 2 P)		
Titulación	Comunicación Audiovisual y Publicidad		
Centro	Facultad de Biblioteconomía y Documentación		
Curso	2º	Temporalización	1º Cuatrimestre
Carácter	Obligatoria		
Descriptor (BOE)	Análisis de la organización de los sistemas de medios de comunicación audiovisual, infraestructuras, redes, flujos de información y grados de concentración.		
Profesor/es	Nombre	Soledad Ruano López	
	Despacho	210	
	Correo-e	solruano@unex.es	
	Página web	http://alcazaba.unex.es/	
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad		
Departamento	Información y Comunicación		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			

Objetivos y/o competencias

OBJETIVO Y METODOLOGÍA:

El objetivo de la asignatura es dar a conocer y analizar la situación del sector audiovisual a nivel internacional, pero con una atención específica en el mercado español.

La metodología que se empleará a lo largo del curso será la combinación de elementos de formación de carácter teórico y de carácter práctico. Este proceso se hará a través de:

- Un programa teórico impartido en clase
- Lecturas recomendadas
- La realización de ejercicios y actividades prácticas desarrolladas en el aula

Una vez acabada la explicación de cada uno de los temas que forman parte del programa, se

dedicará un tiempo a la exposición de casos con la finalidad de dar una visión de la realidad del sector.

COMPETENCIAS

- Capacidad para diseñar, planificar y organizar los recursos humanos, medios técnicos y presupuestarios para la producción de obras audiovisuales en sus diversos formatos.
- Conocer las técnicas y procesos de creación audiovisual y los mecanismos legislativos y políticos de la comunicación.
- Crear, comprar derechos, desarrollar y comercializar proyectos.
- Capacidad para dirigir y gestionar una empresa de producción audiovisual y multimedia.

Temas y contenidos (especificar prácticas, teoría y seminarios)

TEMA 1: Modelos, sectores y sistemas económicos del audiovisual. Estudio del Caso

TEMA 2: Mercado actual: Evolución económica del sistema televisivo español desde el monopolio de la TV estatal hasta los sistemas digitales. Estudio del Caso

TEMA 3: Principales agentes económicos del sector audiovisual. Estudio del Caso

TEMA 4: Tendencias de un mercado audiovisual en convergencia. Estudio del Caso

Criterios de evaluación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura se realizará: mediante una prueba escrita sobre el material impartido en clase durante el curso, documentación complementaria, lecturas recomendadas y ejercicios prácticos en clase.

- 1. Requisito imprescindible tener la ficha del alumno.**
- 2. Los contenidos teóricos se evaluarán mediante una prueba que puntúa hasta un 50% de la nota final:**

La prueba constará de 10 preguntas correspondientes al material impartido en clase, en cada una de ellas desarrollarán los conceptos exigidos y cuyo valor dependerá de la complejidad de la pregunta. Mínimo 0,5 y máximo 2 puntos cada pregunta bien contestada.

Sí, el examen tuviera tan sólo una falta de ortografía, automáticamente estaría suspenso. También será motivo de suspenso el uso o sustitución de palabras por las

utilizadas en los mensajes SMS.

3. **Los contenidos prácticos puntúan hasta un 50% de la nota final y la evaluación se realizará** a través de ejercicios y actividades prácticas realizadas en clase. Se valorará: la actitud, participación, interés y presencia.

Los trabajos de clase deben presentarse siguiendo las siguientes normas: nombre y apellido en la primera página, título del trabajo, escritos en Times New Roman 12 y justificado a ambos lados. Sólo se recogerán las actividades en la clase y en la fecha fijada por la profesora. Nunca debajo de la puerta ni entregadas a los bedeles.

4. **La puntuación final; será el resultado de la suma de la parte teórica y la parte práctica, pero, para ello, habrá que tener aprobadas ambas partes.**

Bibliografía

ÁLVAREZ MONZONCILLO, J.M. e IWENS, J.L. *El futuro del audiovisual en España.. Madrid. Fundesco. 1992.*

ARNANZ, C.M., *Negocios de televisión: transformaciones del valor en el modelo digital.* Barcelona, Gedisa, 2002.

BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (coords.), *Industrias Culturales en España (grupos multimedias y transnacionales).* Madrid, Akal, 1988.

BUSTAMANTE, E., (coordinador), *Comunicación y cultura en la era digital: Industria, mercados y diversidad en España.* Barcelona, Gedisa, 2002.

BUSTAMANTE, E., *La televisión económica: financiación, estrategias y mercados.* Barcelona, Gedisa, 1999.

CONTRERAS, J.M. y PALACIO, M., *La programación de televisión.* Madrid, Síntesis, 2001.

DE MORAGAS, M. GARITAOANDÍA, C., LÓPEZ, B. (eds)., *Televisión de Proximidad en Europa: Experiencias de descentralización en la era digital.* Barcelona, Aldea Global, 1999.

DÍAZ, L., *La televisión en España 1949-1995.* Madrid, Alianza Editorial, 1994.

DÍAZ, L., *Informe sobre la televisión en España (1989-1998). La década abominable.* Barcelona, Ediciones B. 1999.

GIORDANO, Eduardo y ZELLER, Carlos, *“Políticas de Comunicación: la configuración del mercado audiovisual”* Barcelona, Icaria, 1999.

PALACIOS, M., *Historia de la televisión en España*. Barcelona, Gedisa, 2001.

PÉREZ ORNIA, J.R., *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona. Ariel. 1989.

PÉREZ DE SILVA, J., *La televisión ha muerto: la nueva producción audiovisual en la era de Internet. La tercera revolución industrial*. Barcelona, Gedisa, 2000.

REIG, R., *Medios de Comunicación y Poder en España: Prensa, radio, televisión y mundo editoria.*, Barcelona, Paidós

RICHERI, Guissepe, “*La transición de la televisión: análisis del audiovisual como empresa de comunicación*”, Barcelona, Bosch Comunicación, 1994.

TIMOTEO ÁLVAREZ, J., *Gestión de Poder Diluido. La construcción de la sociedad mediática (1989- 2004)*, Madrid, Pearson,2005.

ZALLO, R., *El mercado de la cultura europea. Estructura económica y política de la comunicación*. Donostia (Guipúzcoa), Gakoa, 1992.

ZALLO, R., *Industrias y políticas culturales en España y el País Vasco*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1995

Horario de tutorías

Martes de 12h a 14h
Miércoles de 11h a 13 h
Jueves de 9h a 11h