

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

| | |
|------------------------|-------------------------------|
| Código | 33402 |
| Nombre | Empresa y Gestión Audiovisual |
| Ciclo | Grado |
| Créditos ECTS | 6.0 |
| Curso académico | 2017 - 2018 |

Titulación(es)

| Titulación | Centro | Curso | Periodo |
|---------------------------------------|--|--------------|---------------------|
| 1301 - Grado Comunicación Audiovisual | Facultad de Filología, Traducción y Comunicación | 1 | Primer cuatrimestre |

Materias

| Titulación | Materia | Carácter |
|---------------------------------------|--|------------------|
| 1301 - Grado Comunicación Audiovisual | 5 - Estructura y políticas de comunicación | Formación Básica |

Coordinación

| Nombre | Departamento |
|--------------------------|--|
| GARCIA PERDIGUERO, TOMAS | 105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras' |

RESUMEN

La asignatura “Empresa y Gestión Audiovisual” tiene un carácter de formación básica obligatoria dentro de la materia denominada “Estructura y Políticas de Comunicación” y corresponde al área de conocimiento de organización de empresas. Consta de 6 créditos ECTS y su objetivo general es la formación básica en materias de ámbitos disciplinarios como la economía, la organización y administración de empresas y la comunicación.



Se trata de proporcionar a los estudiantes una visión panorámica e introductoria sobre la actividad económica, la empresa y su gestión, así como sobre las industrias culturales y la empresa audiovisual, en el contexto más general de las relaciones de las organizaciones económicas con la sociedad. El estudio de la empresa audiovisual, sus conexiones organizativas y de gestión con el resto de las empresas, así como el análisis de sus peculiaridades en cuanto a su sistema de organización, de producción y de gestión son contenidos esenciales del programa de la asignatura, como se establece en el Verifica del título. Pero, al mismo tiempo y con un enfoque respetuoso con el currículum del título, el objetivo más general del programa es proporcionar al alumnado una visión que permita comprender qué es y que papel juega la empresa en la sociedad, en un tiempo de turbulencias y de una crisis que no sólo tiene un alcance y unos efectos socioeconómicos enormemente graves, sino que, además, para un sector importante del pensamiento académico sitúa en primer plano la necesidad de un cambio de paradigma económico, social y cultural. La empresa en su sentido más general es una institución con funciones básicas en la esfera económica, pero también con responsabilidades ineludibles de carácter social y ambiental, cuya regulación y ampliación es uno de los ejes del actual debate político y teórico internacional sobre el desarrollo sostenible y la responsabilidad social de las empresas. Un debate que ha situado en el primer plano la necesidad de una re-construcción de las relaciones empresa y sociedad y de las formas de entender y organizar la comunicación empresarial y las actividades y productos audiovisuales, y cuya referencia más importante es la necesidad de una mayor congruencia de las actividades productivas y económicas con los valores y señas de identidad del modelo social europeo, pues el paradigma del desarrollo sostenible inspira las políticas comunitarias y es el principio rector de la actividad económica en la Unión, como se recoge en el artículo tres del Tratado de Lisboa.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No se piden

COMPETENCIAS

1301 - Grado Comunicación Audiovisual

- Conocimiento de la compleja realidad que conforma el sector de las denominadas Industrias Culturales y de la Comunicación y sus procesos de producción, circulación y consumo para comprender en su integridad la estructura y dinámica de un sistema que posee diversas dimensiones y en el que interactúan múltiples factores de carácter político, social, económico, cultural y, desde luego semiótico-comunicativo.



- Conocimiento teórico-práctico de las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución y gestión a lo largo del tiempo, incluyendo la tributación audiovisual. También comprende el conocimiento y la investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.
- Conocimiento de la ética y deontología profesional así como del ordenamiento jurídico de la información, que afecta tanto a la práctica profesional como al quehacer del comunicador. Capacidad de interpretar los mecanismos legislativos de incidencia en el audiovisual o la comunicación, así como el régimen jurídico de aplicación en los distintos aspectos de las producciones audiovisuales.
- Tener capacidad de interpretar datos relevantes como sean los principales acontecimientos y procesos de las sociedades actuales desde una perspectiva sincrónica. La dimensión espacial de este conocimiento debe ser lo más amplia posible, por cuanto contribuye a desarrollar la capacidad de comprender la diversidad y a fomentar el respeto por los sistemas de valores ajenos y la conciencia cívica.
- Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Como se ha recogido en el Plan de Estudios del título, el currículo del Grado de Comunicación Audiovisual está encaminado a “ofrecer a los estudiantes una visión integral que contemple las peculiaridades comunicativas, sociales, culturales e ideológicas que no sólo definen la naturaleza de la industria de la comunicación y de las industrias culturales, sino que son las que determinan las funciones más relevantes que cumplen en la dinámica de la sociedad actual”. En la planificación del Plan de Estudios, el módulo constituido por las materias y asignaturas de formación básica, que corresponden a la rama de ciencias sociales y jurídicas y otras que pertenecen a la rama de humanidades, tiene como objetivo más general conseguir que “el alumnado tenga el bagaje necesario con respecto a cuestiones relevantes relacionadas con la estructura dinámica de la sociedad contemporánea; los derechos fundamentales de las personas y aquellos que se relacionan de modo específico con la comunicación social en general y la audiovisual en particular; las relaciones entre culturas diversas en el contexto de una sociedad global: las formas de pensar y los comportamientos personales y colectivos; las teorías estéticas y los movimientos artísticos dominantes; la trascendencia que en la sociedad actual han de tener las políticas de género en la construcción de los discursos audiovisuales y, finalmente, los fundamentos, la metodología y las técnicas de investigación en el ámbito general universitario y en el específico de la comunicación audiovisual: técnicas de investigación, consulta de bases de datos, etc”.

Pero, al mismo tiempo, en la asignatura “Empresa y Gestión Audiovisual” el alumnado debe alcanzarlos siguientes objetivos específicos:

1. Comprender el sentido general del proceso de creación de riqueza, así como el funcionamiento de los procesos económicos en el marco de la economía global.
2. Ser capaz de situar el desarrollo de las industrias culturales y la empresa audiovisual en el marco de los actuales procesos de cambio y de innovación que afectan a las actividades económicas y productivas, al consumo y a nuestra visión general sobre la empresa y su papel en la sociedad.



3. Comprender el sentido y alcance del debate internacional y europeo sobre el desarrollo sostenible y la responsabilidad social de las empresas.
4. Ser capaz de analizar las relaciones entre identidad, cultura y personalidad de los individuos en la sociedad actual, la idea general de lo público, los problemas y preocupaciones colectivas y del sistema democrático y el papel de las industrias culturales y la empresa audiovisual en el desarrollo de la sociedad.
5. Comprender el papel de centralidad que juega la “función comunicación” en la gestión de las empresas, organizaciones e instituciones a principios del siglo XXI, y analizar con rigor el papel que desempeña en la sociedad la empresa audiovisual, así como sus funciones, organización y sus procesos de organización, producción y gestión.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Instituciones, organizaciones y sociedad

- 1.1. Los tipos de organizaciones, sus funciones, fines y objetivos
- 1.2. Las organizaciones económicas. Criterios de clasificación
- 1.3. Las industrias culturales y creativas (o de comunicación): El debate sobre el papel y funciones del sector cultural en las sociedades de principios del siglo XXI.

2. Las actividades económicas, la dirección de empresas y las relaciones empresa y sociedad

- 2.1. La perspectiva de análisis de la economía convencional: Una aproximación crítica
- 2.2. La visión normativa de la empresa, de sus funciones, de su papel en la sociedad y sus responsabilidades: El marco legal, institucional y de valores de la Unión Europea
- 2.3. La economía internacional y las cadenas de valor, en un contexto de rápidos cambios tecnológicos, organizativos y de gestión
- 2.4. Una aproximación general a la gestión empresarial en el siglo XXI: La Teoría de los Recursos y las Capacidades (TRC), los enfoques relacionales y de comunicación, y los nuevos requerimientos de responsabilidad y sostenibilidad

3. Las industrias culturales, la empresa y su gestión



- 3.1. La empresa como un sistema abierto al entorno: Los subsistemas de la empresa y sus interacciones con los distintos sistemas del entorno. Tipos de entorno
- 3.2. La empresa como subsistema técnico y administrativo, y como subsistema psico-social y de comportamiento.
- 3.3. Las industrias culturales y creativas: Tipología de empresas, modelos de negocio y productos culturales
- 3.4. El análisis del entorno general en el que se desarrollan las actividades económicas: Los factores del entorno y las decisiones estratégicas de las empresas
- 3.5. La industria audiovisual y sus funciones, organización, producción y gestión en los mercados abiertos y la economía global.
- 3.6. La empresa audiovisual y el proceso directivo: la gestión financiera, la producción audiovisual, la dirección de recursos humanos y los procesos comerciales y de marketing.
- 3.7. Estructuras y sistemas de organización
- 3.8. El sector cultural y la centralidad de los activos intangibles y simbólicos en las sociedades de principios del siglo XXI y en el desarrollo del conjunto de las actividades productivas, económicas y comerciales.

VOLUMEN DE TRABAJO

| ACTIVIDAD | Horas | % Presencial |
|--|---------------|--------------|
| Clases de teoría | 60.00 | 100 |
| Asistencia a eventos y actividades externas | 15.00 | 0 |
| Elaboración de trabajos individuales | 12.00 | 0 |
| Estudio y trabajo autónomo | 12.00 | 0 |
| Lecturas de material complementario | 10.00 | 0 |
| Preparación de actividades de evaluación | 10.00 | 0 |
| Preparación de clases de teoría | 12.00 | 0 |
| Preparación de clases prácticas y de problemas | 10.00 | 0 |
| Resolución de casos prácticos | 9.00 | 0 |
| TOTAL | 150.00 | |

METODOLOGÍA DOCENTE

En el diseño del programa se han considerados tres ejes fundamentales: El trabajo de los alumnos, el aprendizaje, así como una mayor integración de los fundamentos teóricos y conceptuales, las prácticas, las lecturas y los trabajos dirigidos. Con esta perspectiva, el objetivo más importante de las exposiciones y el análisis en el aula de los principales hechos, datos, casos prácticos y conceptos relacionados con los temas incluidos en el programa es facilitar el trabajo del alumno, como verdadero eje de la metodología docente adoptada. Así, el desarrollo de las clases se basará en la presentación y explicaciones del profesor sobre las distintas materias incluidas en el temario, si bien los alumnos deberán responder a las preguntas e interrogantes que suscita cada tema, así como participar en la resolución de los problemas que se plantearán en las sesiones de trabajo. Asimismo, durante el curso se realizarán tres trabajos prácticos y trabajos sobre tres lecturas seleccionadas.



EVALUACIÓN

Con el enfoque adoptado de la docencia, en la signatura se considerarán dos niveles básicos de evaluación del progreso de los alumnos:

El primero es el que corresponde a los trabajos que se realizan durante el curso y a la evaluación continua del alumnado basada en la asistencia a las clases teóricas y prácticas, la participación y la implicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, la realización de trabajos individuales y de grupo, así como la resolución de problemas, que supondrán el 50 por ciento de la calificación.

El segundo corresponde a la verificación del grado de comprensión y conocimiento sobre las materias impartidas en el aula, mediante la superación del examen al final del curso, al que corresponderá el 50 por ciento de la nota final.

La calificación obtenida en el proceso de evaluación continua se sumará a la obtenida en la prueba escrita únicamente si se obtienen, al menos, 5 puntos sobre 10 en la citada prueba. En el caso de no superar la prueba escrita final, la nota final será la suma ponderada de la nota de dicha prueba y de la evaluación continua, no pudiendo superar un máximo de 4'5 puntos.

REFERENCIAS

Básicas

- Mayntz, R. 1982. Sociología de la organización. Madrid. Alianza Editorial
- Gandlgruber, B. 2010, Instituciones, coordinación y empresas. Madrid. Anthropos
- George A. Akerlof y Robert J. Shiller (2009) Animal Spirits, Barcelona, Gestión 2000
- El futuro que queremos. Documento final de la Conferencia de naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible. Río+20. Río de Janeiro, 20 a 22 de junio de 2012
- Revisión de la Estrategia de la UE para un Desarrollo Sostenible (EDS.UE). Consejo Europeo. Bruselas, 9 de junio de 2006
- Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Comisión Europea, Bruselas, 3.3.2010. COM(2010) 2020

Complementarias

- G. Perdiguero, T. (2008) Responsabilidad Social de las Empresas. Desarrollo Sostenible y Políticas Públicas. En Responsabilidad Social de las Empresas. Foro de Expertos. Informe sobre aspectos sociales y medioambientales. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 83-115
- Mateos, P (1998) Dirección y objetivos de la empresa actual. Madrid. E. Centro de Estudios Ramón Areces. Capítulo 1