

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

<b>Código</b>	33402
<b>Nombre</b>	Empresa y Gestión Audiovisual
<b>Ciclo</b>	Grado
<b>Créditos ECTS</b>	6.0
<b>Curso académico</b>	2020 - 2021

**Titulación(es)**

<b>Titulación</b>	<b>Centro</b>	<b>Curso</b>	<b>Periodo</b>
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Primer cuatrimestre

**Materias**

<b>Titulación</b>	<b>Materia</b>	<b>Caracter</b>
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	5 - Estructura y políticas de comunicación	Formación Básica

**Coordinación**

<b>Nombre</b>	<b>Departamento</b>
MARTINEZ PEREZ, JUAN FRANCISCO	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.



## 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. Poseer los conocimientos básicos sobre la empresa, su dirección y las principales áreas funcionales.
5. Capacidad para describir y analizar el comportamiento de las empresas en un entorno global.
6. Evaluar de forma crítica las distintas opciones de crecimiento empresarial.
7. Conocer diversas fuentes de información empresarial y ser capaz de identificar la información relevante y de aplicarla correctamente.
8. Capacidad para sintetizar la información empresarial en un informe escrito y argumentar sobre ella, mediante conceptos o técnicas de organización de empresas.
9. Capacidad de transmitir información oralmente de forma eficaz, creativa y convincente.

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. La empresa y la dirección de empresas

- 1.1. Organizaciones y empresa: concepto, elementos y tipologías
- 1.2. La dirección y el gobierno de la empresa: concepto, tipos, y roles y niveles directivos
- 1.3. La función directiva y el liderazgo: planificación, organización, control y liderazgo



## 2. El entorno y la estrategia empresarial

- 2.1. El entorno de las empresas audiovisuales
- 2.2. La evolución de la empresa: creación, desarrollo y ciclo de vida
- 2.3. Análisis interno, visión estratégica y toma de decisiones

## 3. La gestión de la empresa audiovisual

- 3.1. 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
- 3.2. El diseño de la organización
- 3.3. Ética y responsabilidad social

## VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	60,00	100
Elaboración de trabajos individuales	12,00	0
Estudio y trabajo autónomo	15,00	0
Lecturas de material complementario	12,00	0
Preparación de actividades de evaluación	12,00	0
Preparación de clases de teoría	10,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	15,00	0
Resolución de casos prácticos	14,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>150,00</b>	

## METODOLOGÍA DOCENTE

Sin docencia

## EVALUACIÓN

Contactar con el profesor

## REFERENCIAS



### **Básicas**

- Boddy, David. (2012) Essentials of Management. A concise introduction. Pearson.
- Iborra, M.; Dasí, A.; Dolz, C.; Ferrer, C. (2014). Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas. Paraninfo.
- Robbins, S.P.; Coulter, M. (2010) Administración (10ª edición). Pearson Educación, Méjico.

### **Complementarias**

- Fernández, E.; Junqueras, B.; Del Barrio, J. (2008): Iniciación a los negocios. Aspectos directivos. Ed. Thompson Paraninfo, Madrid.
- Camisón, C; Cruz, S.; González, T. (2006) Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas, Prentice-Hall, Madrid.
- El profesor podrá recomendar referencias complementarias durante el curso

### **ADENDA COVID-19**

**Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno**