

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
Nombre del módulo	Dirección de Proyectos en Empresas Audiovisuales	4º	2º	6	Optativa
PROFESOR (1)			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)		
<ul style="list-style-type: none"> Ignacio Tamayo Torres 			Ignacio Tamayo Torres Departamento de Organización de Empresas I. Despacho 8. Facultad de Trabajo Social, 1ª planta. c/ Rector López Argüeta, s/n. Teléfono: 958 24 62 32. Email: igtamayo@ugr.es		
			HORARIO DE TUTORÍAS Y/O ENLACE A LA PÁGINA WEB DONDE PUEDAN CONSULTARSE LOS HORARIOS DE TUTORÍAS⁽¹⁾		
			http://organizacionempresas.ugr.es/pages/profesorado		
GRADO EN EL QUE SE IMPARTE			OTROS GRADOS A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR		
Grado en Comunicación Audiovisual					
PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)					

¹ Consulte posible actualización en Acceso Identificado > Aplicaciones > Ordenación Docente (∞) Esta guía docente debe ser cumplimentada siguiendo la "Normativa de Evaluación y de Calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada" ([http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ncg7121/!](http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ncg7121/))



UNIVERSIDAD DE GRANADA

Página 1

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UGR

grados.ugr.es

Firmado por: CARLOS ANTONIO ALBACETE SAEZ Director de Departamento
 Sello de tiempo: 21/03/2019 10:43:21 Página: 1 / 8



wGvI2RLK+jlq+kzaSEQcqH5CKCJ3NmbA

La integridad de este documento se puede verificar en la dirección <https://sede.ugr.es/verifirma/pfinicio.jsp> introduciendo el código de verificación que aparece debajo del código de barras.

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)

La materia "Dirección de Proyectos en Empresas Audiovisuales" tiene como objetivo fomentar la cultura emprendedora y el pensamiento estratégico entre el alumnado del Grado en Comunicación Audiovisual, dotándole para ese fin de herramientas técnicas útiles y creativas para el proceso de análisis, creación y gestión de una empresa del sector audiovisual.

Se pretende generar entre las personas participantes inquietudes y deseos para emprender su propio proyecto empresarial audiovisual, por lo que la asignatura se configura como una oportunidad de acercamiento y visionado al mundo audiovisual real.

Para ello, a través de una metodología fundamentalmente práctica, se estudiarán las diferentes fases del proceso de análisis y formulación del plan de acción y viabilidad de un proyecto audiovisual. Se trabajará con herramientas de análisis de la industria y de los mercados en los que desenvuelven las empresas audiovisuales y se realizará un acercamiento a las potenciales estrategias a seguir para su creación y dirección estratégica, con especial atención a las técnicas de gestión empresarial útiles y necesarias para la toma de decisiones en proyectos empresariales audiovisuales, tales como la dirección estratégica, la gestión económica y financiera, la dirección comercial y de personas, así como a los pasos a seguir para constituir legalmente una empresa audiovisual, con especial inclinación al mundo digital y de la Web 2.0.

Esta asignatura forma parte del itinerario-mención en "Industrias audiovisuales y del espectáculo".

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

Competencias Generales del Título relacionadas con la asignatura

- Ser capaz de incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado.
- Tener capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos gestionándolos eficientemente, humanos y de cualquier otra naturaleza, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Poseer conocimientos básicos del entorno económico, político, social, cultural y tecnológico que capacite al alumnado para interactuar con la sociedad.
- Ser capaz de utilizar los principios y valores constitucionales como herramientas de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas.
- Conocer el estado del mundo y de su evolución reciente, así como de la comprensión de sus parámetros básicos políticos, económicos y culturales. Estar en condiciones de desarrollar la capacidad intelectual que permita al alumnado reflexionar sobre la comunicación no sólo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos individual, social, cultural y político.
- Ser capaz de analizar la comunicación social desde el respeto solidario por los diferentes pueblos de la sociedad contemporánea y conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y el respeto por los derechos humanos.



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Página 2

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UGR
grados.ugr.es

Firmado por: CARLOS ANTONIO ALBACETE SAEZ Director de Departamento

Sello de tiempo: 21/03/2019 10:43:21 Página: 2 / 8



wGvI2RLK+Jlq+kzaSEQcqH5CKCJ3NmbA

La integridad de este documento se puede verificar en la dirección <https://sede.ugr.es/verifirma/pfinicio.jsp> introduciendo el código de verificación que aparece debajo del código de barras.

Competencias Específicas del Título relacionadas con la asignatura

- ☐ Tener capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, presupuestarios y medios técnicos, en las diversas fases de la producción de un relato cinematográfico o videográfico.
- ☐ Ser capaz de identificar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en su estructura industrial: producción, distribución y exhibición, así como de interpretar datos estadísticos del mercado audiovisual.
- ☐ Tener capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual desde los elementos escenográficos y la imagen de marca hasta su proyecto gráfico de comercialización.
- ☐ Tener capacidad para aplicar técnicas y procesos de producción en la organización de eventos culturales, mediante la planificación de los recursos humanos y técnicos implicados, ajustándose a un presupuesto previo.
- ☐ Tener capacidad para analizar los factores políticos, sociales, económicos y tecnológicos que confluyen en la configuración del sistema mediático y su repercusión en la organización de los medios y en la elaboración y difusión de sus contenidos.
- ☐ Conocer la ética y de la deontología que afectan tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer de las personas dedicadas a la información y a la comunicación con arreglo al compromiso cívico derivado de la comunicación social como bien público.

Competencias Transversales

- ☐ Habilidad para la organización y temporización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de análisis.
- ☐ Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.
- ☐ Toma de decisiones: capacidad para la elección en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.
- ☐ Capacidad para la identificación y la gestión de los procesos y técnicas más adecuadas para la dirección y el diseño de un proyecto audiovisual original.
- ☐ Capacidad para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado.
- ☐ Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos gestionándolos eficientemente, humanos y de cualquier otra naturaleza, asumiendo los principios de la responsabilidad social.

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

- Ofrecer una visión integrada de la estructura del sector audiovisual.
- Alcanzar una formación básica en materia de análisis estratégico del sector audiovisual.
- Valorar y entender el funcionamiento de la empresa audiovisual.
- Conocer las diferentes partes de la empresa audiovisual, profundizando en las vertientes de



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Página 3

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UGR
grados.ugr.es

Firmado por: CARLOS ANTONIO ALBACETE SAEZ Director de Departamento

Sello de tiempo: 21/03/2019 10:43:21 Página: 3 / 8



wGvI2RLK+Jlq+kzaSEQcqH5CKCJ3NmbA

La integridad de este documento se puede verificar en la dirección <https://sede.ugr.es/verifirma/pfinicio.jsp> introduciendo el código de verificación que aparece debajo del código de barras.

- gestión, producción, distribución, inversión y financiación de la misma.
- Conocer el proceso de creación de una empresa audiovisual y las diferentes formas de autoempleo en el sector audiovisual.
- Proporcionar los conocimientos y herramientas de gestión necesarias para la toma correcta de decisiones en entornos cambiantes.
- Adquirir habilidades directivas que unidas al conocimiento del sector, permitan el desarrollo de capacidades emprendedoras y de liderazgo.
- Entender las cualidades del emprendedor en el sector audiovisual.
- Aprender a utilizar herramientas de administración de recursos y servicios para mejorar su eficacia y calidad.
- Valorar la importancia de la responsabilidad social de las empresas, así como sus formas de aplicación y control de la gestión de cambios en las organizaciones.
- Adquirir destrezas de gestión del trabajo en equipo, de programación del trabajo y colaboración interprofesional e interinstitucional.
- Conocer los conceptos fundamentales y adquirir destrezas básicas de gestión económica (presupuestos, contabilidad, etc.), así como de la creación, gestión, regulación y funcionamiento de organizaciones con y sin ánimo de lucro y de formas de autoempleo.

TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TEMARIO TEÓRICO

Tema 1: INTRODUCCIÓN. EL MERCADO AUDIOVISUAL ESPAÑOL

- 1.1. Fundamentación conceptual del mercado audiovisual
- 1.2. Naturaleza y estructura del mercado audiovisual
- 1.3. La industria y los mercados audiovisuales en España

Tema 2: CAPACIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS PROFESIONALES AUDIOVISUALES. EL PLAN DE EMPRESA

- 2.1. Cualidades del emprendedor. El emprendedor audiovisual en la sociedad actual
- 2.2. Identificación de oportunidades de negocio en el sector audiovisual. Modelo CANVAS
- 2.3. Emprendedores sociales audiovisuales
- 2.4. Plan de empresa y de viabilidad del negocio audiovisual. Concepto, finalidad y estructura
- 2.5. Desarrollo y presentación de proyectos audiovisuales

TEMA 3: DIRECCIÓN DE LA EMPRESA AUDIOVISUAL

- 3.1. Dirección estratégica de negocios audiovisuales
- 3.2. Estrategias para la innovación en proyectos audiovisuales y digitales
- 3.3. Gestión y diseño organizativo en la empresa audiovisual
- 3.4. Dirección de personas
- 3.5. Dirección comercial



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Página 4

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UGR
grados.ugr.es

Firmado por: CARLOS ANTONIO ALBACETE SAEZ Director de Departamento

Sello de tiempo: 21/03/2019 10:43:21 Página: 4 / 8



wGvI2RLK+Jlq+kzaSEQcqH5CKCJ3NmbA

La integridad de este documento se puede verificar en la dirección <https://sede.ugr.es/verifirma/pfinicio.jsp> introduciendo el código de verificación que aparece debajo del código de barras.

Tema 4: GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

4.1. Inversión en la empresa audiovisual. El plan económico

4.2. Financiación audiovisual. El plan financiero.

4.3. Fuentes de financiación y nuevos instrumentos de financiación de la industria audiovisual: fundraising, inversores privados (crowdfunding, business angels), ayudas públicas, financiación bancaria, autofinanciación, publicidad

Tema 5: MARCO LEGAL PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA AUDIOVISUAL

5.1. Elección de empresa y forma jurídica

5.2. Marco legal para la creación de empresas. Obligaciones contables, fiscales y laborales

5.3. Proceso de constitución y trámites a seguir para la puesta en marcha de una empresa audiovisual

TEMARIO PRÁCTICO

Con un enfoque práctico y en grupos de trabajo, el alumnado deberá elaborar un plan de negocio de la empresa audiovisual que desearía crear en el futuro. Se simulará un proceso de análisis y formulación estratégica a través de la elaboración del modelo CANVAS y del plan de negocio de una empresa audiovisual.

El alumnado elaborará en grupo un plan de negocio que recoja al menos los siguientes aspectos:

- Idea
- Análisis del mercado
- Estrategia
- Plan de producción
- Plan organizativo
- Plan de comunicación
- Plan de viabilidad (económico-financiero)

Cada grupo realizará una presentación pública en horario de clase en formato *pitch*, tras la que se abrirá un turno de preguntas y comentarios entre las personas asistentes a la sesión.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA CREACIÓN DE EMPRESAS AUDIOVISUALES

- MEDINA LAVERÓN, M. (2005): "Estructura y gestión de empresas audiovisuales". Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.
- NUÑEZ, V., PEINADO, F. y PÉREZ, M.J. (2015): La empresa informativa en la era digital. Ediciones



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Página 5

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UGR
grados.ugr.es

Firmado por: CARLOS ANTONIO ALBACETE SAEZ Director de Departamento

Sello de tiempo: 21/03/2019 10:43:21 Página: 5 / 8



wGvI2RLK+Jlq+kzaSEQcqH5CKCJ3NmbA

La integridad de este documento se puede verificar en la dirección <https://sede.ugr.es/verifirma/pfinicio.jsp> introduciendo el código de verificación que aparece debajo del código de barras.

CEF.

- OSTERWALDER Y PIGNEUR (2011): Generación de modelos de negocio. Deusto.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA CREACIÓN DE EMPRESAS

- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Y SHEPHERD, D.A. (2013): Entrepreneurship. Curso Creación de Empresas. Mcgraw-Hill Educación.
- JIMÉNEZ QUINTERO, J.A. (coord.) (2012): Creación de empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica. Ed. Pirámide. Madrid.
- MUÑIZ, L. (2010), Planes de negocio y estudios de viabilidad: software con casos prácticos y herramientas para elaborar DAFO y evaluar un plan de viabilidad. Profit Editorial, Barcelona.
- PRIEDE BERGAMINI, T. et al. (2010): Creación y desarrollo de empresas. Ed. Pirámide. Madrid.
- TAMAYO, I.; GUTIÉRREZ, L.; BARRALES, V.; BUSTINZA, O.; FERNÁNDEZ, V.; MARAVER, G.; GALLY, A. (2009): "Guía Creativa del emprendedor socialmente responsable". Ediciones K&L, Granada.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA. COMUNICACION AUDIOVISUAL

- DE MATEO, C.; BERGÉS, L.; SABATER, M. (2009): "Gestión de empresas de comunicación". Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Madrid.
- KINDEM, G. y MUSBURGER, R.B. (2007): "Manual de producción audiovisual digital". Omega. Barcelona.
- MEDINA LAVERÓN, M. (2006): "Calidad y contenidos audiovisuales". Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.
- MEZQUITA, M. (2007): "El cuarto equívoco: El poder de los media en la sociedad contemporánea". Fragua. Madrid.
- TORRES I PRAT, J. (2005): "Consumo luego existo: Poder, mercado y publicidad". Icaria. Barcelona.

ENLACES RECOMENDADOS

- Centro de Información y Creación de Empresas (CIRCE). Dirección General de la Industria y mediana empresa. Ministerio de Industria, Energía y Turismo:
<http://portal.circe.es/es-ES/queescirce/Paginas/QueEsCirce.aspx>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM): <http://www.gemconsortium.org/>
- Todo Startups: <http://www.todostartups.com/>
- Pulso Social: <http://pulsosocial.com/>
- MOOC de emprendimiento: <http://aemprende.unimoo.com/>
- Blog del MOOC de emprendimiento: <http://emprendedoresunimoo.blogspot.com.es/>



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Página 6

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UGR
grados.ugr.es

Firmado por: CARLOS ANTONIO ALBACETE SAEZ Director de Departamento

Sello de tiempo: 21/03/2019 10:43:21 Página: 6 / 8



wGvI2RLK+jlq+kzaSEQcqH5CKCJ3NmbA

La integridad de este documento se puede verificar en la dirección <https://sede.ugr.es/verifirma/pfinicio.jsp> introduciendo el código de verificación que aparece debajo del código de barras.

METODOLOGÍA DOCENTE

Las actividades formativas se desarrollarán desde una metodología participativa y aplicada que se centra en el trabajo del estudiante (presencial y no presencial/individual y grupal). De entre las actividades formativas diseñadas para el Grado y encargadas de organizar los procesos de enseñanza y aprendizaje (lección magistral, actividades prácticas, seminarios o talleres, actividades individuales/grupales y las tutorías académicas), la materia desarrollará aquellas actividades que más se adecúen a los contenidos y competencias a adquirir por el alumnado.

En concreto, la metodología docente a seguir en la materia constará, de forma aproximada, de:

- Un 30% de docencia presencial en el aula (60 h.).
- Un 60% de estudio individualizado del alumno, búsqueda, consulta y tratamiento de información, resolución de problemas y casos prácticos, y realización de trabajos y exposiciones (75h.).
- Un 10% para tutorías individuales y/o colectivas y evaluación (15h).

La docencia presencial teórica consistirá en la presentación en el aula de los conceptos y contenidos fundamentales propuestos en el programa. Las actividades prácticas en clase podrían consistir en la resolución de problemas y casos prácticos, así como en la realización de lecturas, exposiciones y debates.

En los trabajos dirigidos, a través de tutorías individualizadas y/o en grupo, el profesor hará un seguimiento del alumno para que asimile correctamente los contenidos y adquiera las competencias de la materia.

De esta manera, se fomentará la planificación de una empresa audiovisual, así como las actividades que debe desarrollar una persona emprendedora para la comprensión del control organizacional y de la gestión del tiempo.

EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

De acuerdo a la **NORMATIVA DE EVALUACIÓN Y DE CALIFICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA**, aprobada por Consejo de Gobierno en su sesión extraordinaria de 20 de mayo de 2013, con objeto de evaluar la adquisición de los contenidos y competencias a desarrollar en la materia, **se utilizará un sistema de evaluación continuo y diversificado**, seleccionando las técnicas más adecuadas para la asignatura en cada momento, que permitan poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el alumnado al cursar la asignatura.

Las técnicas evaluativas empleadas para evaluar la convocatoria ordinaria serán:

- **Presentación y defensa de un proyecto de empresa en grupo (60%).** El proyecto será evaluado sobre 10 puntos. La evaluación del plan de negocio se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:
 - Coherencia y viabilidad del proyecto



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Página 7

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UGR
grados.ugr.es

Firmado por: CARLOS ANTONIO ALBACETE SAEZ Director de Departamento

Sello de tiempo: 21/03/2019 10:43:21 Página: 7 / 8



wGvi2RLK+Jlq+kzaSEQcqH5CKCJ3NmbA

La integridad de este documento se puede verificar en la dirección <https://sede.ugr.es/verifirma/pfinicio.jsp> introduciendo el código de verificación que aparece debajo del código de barras.

- Presentación y defensa del plan en clase

- **Actividades prácticas con presentaciones orales en clase individuales o en grupo (40%).** Elaboración de casos/supuestos prácticos sobre contenidos de la asignatura y tareas para el desarrollo de competencias concretas. Cada actividad se puntuará con hasta 10 puntos. Para cada una de ellas, se indicará si además del resultado/producto presentado, será tenida en cuenta la exposición o cualquier otro aspecto particular de la actividad y con qué peso. La nota de las actividades prácticas se corresponderá con la media ponderada del total de actividades realizadas.
- **La asistencia es obligatoria.** La entrega de actividades lleva aparejada la asistencia del alumnado. En otro caso, dicha actividad no será evaluada.

La nota final corresponderá a la media ponderada de la puntuación obtenida en el proyecto de empresa y en las actividades prácticas.

No obstante, de **forma alternativa**, se contempla la realización de **una evaluación única final** a la que podrán acogerse aquellos estudiantes que no puedan cumplir con el método de evaluación continua por motivos laborales, estado de salud, discapacidad o cualquier otra causa debidamente justificada que les impida seguir el régimen de evaluación continua. En este caso se realizará una prueba escrita que podrá consistir en un examen escrito de diez preguntas teórico-prácticas que puntuará sobre 10 y que el alumnado preparará en base a la bibliografía recomendada. En cualquier caso, éste será el único sistema de evaluación a utilizar en las convocatorias extraordinarias.

El alumnado podrá acogerse a la Evaluación Única Final de acuerdo con lo establecido en la “Normativa de Evaluación y de Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada” (aprobada por Consejo de Gobierno en la sesión extraordinaria del 20 de mayo de 2013).

En las convocatorias extraordinarias, el alumnado que no haya superado la asignatura en la convocatoria ordinaria de junio tendrá que realizar un examen teórico-práctico de los contenidos incluidos en el temario de la asignatura sobre un máximo de 10 puntos.

DESCRIPCIÓN DE LAS PRUEBAS QUE FORMARÁN PARTE DE LA EVALUACIÓN ÚNICA FINAL ESTABLECIDA EN LA “NORMATIVA DE EVALUACIÓN Y DE CALIFICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA”

Se realizará una prueba escrita 5 a 7 preguntas teórico-prácticas que puntuará sobre 10 y que el alumnado preparará con base en la bibliografía recomendada.

INFORMACIÓN ADICIONAL



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Página 8

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UGR
grados.ugr.es

Firmado por: CARLOS ANTONIO ALBACETE SAEZ Director de Departamento

Sello de tiempo: 21/03/2019 10:43:21 Página: 8 / 8



wGvi2RLK+Jlq+kzaSEQcqH5CKCJ3NmbA

La integridad de este documento se puede verificar en la dirección <https://sede.ugr.es/verifirma/pfinicio.jsp> introduciendo el código de verificación que aparece debajo del código de barras.