

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

| Datos de la asignatura |  |
|------------------------|--|
| Nombre completo        | Empresa de Comunicación  |
| Código                 | E000005125   |
| Título                 | <a href="#">Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia Comillas</a>   |
| Impartido en           | Grado en Comunicación Audiovisual [Tercer Curso]<br>Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Tercer Curso]   |
| Nivel                  | Reglada Grado Europeo  |
| Cuatrimestre           | Semestral  |
| Créditos               | 6,0 ECTS   |
| Carácter               | Obligatoria (Grado)  |
| Departamento / Área    | Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)   |
| Responsable            | Ricard Mamblona  |
| Horario                | L-9-11 h / M-12-13 h   |
| Horario de tutorías    | A concertar por correo electrónico   |
| Descriptor             | Las materias de este módulo concretan aspectos básicos de la gestión de las empresas de comunicación, desde diferentes perspectivas: legales, económicas, de dirección, emprendimiento, negociación, financiación, etc. y profundizan en los intangibles como elementos que crean valor en las organizaciones, centrándose en la comunicación y la imagen corporativas de entidades vinculadas a cualquier sector económico. |

| Datos del profesorado |  |
|-----------------------|--|
| <b>Profesor</b>       |  |
| Nombre                | Ricardo Mamblona Agüera                              |
| Departamento / Área   | Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG) |
| Despacho              | 9  |
| Correo electrónico    | rmamblona@cesag.comillas.edu                         |

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

| Contextualización de la asignatura   |
|--|
| <b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>   |
| El comunicador audiovisual, el periodista o el publicitario trabajan en un contexto empresarial en el que las fuentes de ingresos o de financiación establecen grandes coincidencias. La asignatura forma a los estudiantes para poder ejercer específicamente salidas profesionales que tengan que ver con el emprendimiento, la comunicación institucional y empresarial, el marketing audiovisual y la gestión y producción creativa de contenidos, así como la creación de una marca personal. |
| <b>Prerequisitos</b>   |
| Es necesario un conocimiento previo básico de la estructura del sistema audiovisual, así como conocimientos prácticos de producción y  |



dirección audiovisual.

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

|             |  |
|-------------|--|
| <b>CG04</b> | Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos)       |
| <b>CG05</b> | Conocer las estructuras y políticas de la comunicación   |
| <b>CG07</b> | Conocer el mercado audiovisual y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes.  |
| <b>CG08</b> | Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo                 |
| <b>CG09</b> | Conocer los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales  |
| <b>CG13</b> | Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional   |
| <b>CG14</b> | Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión |

#### TRANSVERSALES

|             |   |
|-------------|---|
| <b>CT04</b> | Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente  |
| <b>CT05</b> | Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz   |
| <b>CT06</b> | Diseñar y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética  |
| <b>CT09</b> | Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político  |
| <b>CT11</b> | Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social |

#### ESPECÍFICAS

|             |   |
|-------------|---|
| <b>CE06</b> | Conocer las estructuras, contenidos y estilos de las industrias audiovisuales así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos                     |
| <b>CE09</b> | Ser capaz de definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de lenguajes audiovisuales o su interpretación. |

### Resultados de Aprendizaje

|             |  |
|-------------|--|
| <b>RA01</b> | Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, etc.) |
|-------------|--|



|             |   |
|-------------|---|
| <b>RA02</b> | Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación de la Comunidad Autónoma y sus interrelaciones en el contexto español, europeo y mundial |
| <b>RA03</b> | Conocer la estructura y las políticas de la comunicación audiovisual.   |
| <b>RA04</b> | Conocer el mercado audiovisual y las formas de promoción y explotación de los contenidos audiovisuales.   |

## **BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS**

### **Contenidos – Bloques Temáticos**

#### 1- EMPRENDIMIENTO Y MARCA PERSONAL

- Personal branding: definición y puesta en marcha
- Búsqueda de negocio, generación de trabajo
- Innovación empresarial. Industrias culturales y creativas
- Generación de ideas y proyectos empresariales
- Intra-emprendimiento: la actitud

#### 2. BRIEFING Y CAMPAÑAS

- Briefing: definición, elementos
- Comprensión del brief y contrabrief
- Insight: definición y búsqueda
- Generación de ideas, desarrollo de creatividad y design thinking
- Departamento de marketing vs agencia vs productora

#### 3. EMPRESA Y ECONOMÍA

- Tipos de empresa: Sociedad anónima, sociedad limitada y sociedad unipersonal
- Cooperativas y asociaciones
- La vida del autónomo
- Desarrollo teórico-práctico de la creación de una actividad/proyecto empresarial

#### 4. PRESUPUESTOS

- Negociaciones con empresas

- Negociaciones con proveedores
- Elaboración técnica de presupuestos
- Tarifas por especializaciones y tiempos
- Márgenes de beneficio y márgenes de error
- Comisiones por servicios

## 5. PATROCINIOS Y BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN

- Patrocinios y espónsores
- Búsqueda de becas y ayudas públicas
- Campañas de microfinanciación: crowdfunding / crowdlending

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

#### INTERACCIÓN PROFESOR-ESTUDIANTE (Presencial/online)

- Centradas en el profesor: Clases teóricas / Clases prácticas - 20%
- Centradas en el estudiante: Seminarios, talleres / Exposición de trabajos / Actividad evaluativa - 20%

#### TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE (No presencial)

- Estudio y trabajo individual: Estudio de la teoría / Preparación de trabajos / Preparación de la actividad de evaluación - 30%
- Estudio y trabajo en grupo: Estudio de la teoría / Preparación de trabajos / Preparación de la actividad de evaluación - 30%

### Metodología Presencial: Actividades

- Clases magistrales
- Seminarios
- Tutorías de grupo
- Tutorías individuales

CG04, CG05, CG07,  
CG08, CG09, CG13,  
CG14, CT04, CT05, CT06,  
CE06, CE09

### Metodología No presencial: Actividades

- Ejecución de trabajos en grupo
- Ejecución de trabajos individuales
- Autoevaluación

CG04, CG05, CG07,  
CG08, CG09, CG13,  
CG14, CT04, CT05, CT06,  
CT09, CT11, CE06, CE09

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

| HORAS PRESENCIALES   |  |
|--|--|
| Clases teóricas y clases prácticas   |  |
| 60.00  |  |
| HORAS NO PRESENCIALES  |  |
| Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación |  |
| 90.00  |  |
| <b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>   |  |

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

| Actividades de evaluación  | Criterios de evaluación  | Peso |
|--|--|------|
| Práctica 1 - Creación y puesta en marcha de marca personal                         | Grupo: Proceso, resultado, presentación  | 20   |
| Práctica 2 - Creación de actividad/proyecto empresarial dentro de las ICIB + Pitch | Dossier de proyecto empresarial<br>Presentación oral en forma de Pitch o técnica de venta  | 30   |
| Práctica 3 - Creación de campaña creativa (Cliente - Agencia - Productora)         | Proceso + resultado + presentación<br>Trabajos en grupo (60% nota grupal - 40% nota individual)<br>Individual: Asistencia, participación, habilidades técnicas, habilidades creativas, trabajo en equipo   | 30   |
| Nota individual  | Asistencia, participación, habilidades técnicas, habilidades creativas y trabajo en equipo.<br><br>*Es imprescindible aprobar esta parte para hacer media con el resto de trabajos prácticos. En caso de no superar esta parte evaluativa, el alumno/a suspenderá automáticamente la asignatura en primera convocatoria. | 20   |

### Calificaciones

NOTA 1: En relación a las prácticas de grupo, el 50% será una nota grupal y el 50% una nota individual.

NOTA 2: En relación al 20% de la parte evaluativa de la nota individual,

se tendrá en cuenta la asistencia, la iniciativa, la participación, el trabajo en equipo y las habilidades técnicas. En caso de no superar esta parte no se hará media con el resto de prácticas y el/la alumno/a suspenderá la asignatura en primera convocatoria.

NOTA 3: El 80% de asistencia a clase es obligatorio para aprobar la asignatura. Se recuerda, además, que siguiendo el artículo 15 de la Normativa vigente la "asistencia a clase y a las actividades docentes presenciales, cuya comprobación corresponde a cada profesor, es obligatoria para todos los alumnos. La inasistencia comprobada e injustificada a más de un tercio de las horas lectivas impartidas en cada asignatura, puede tener como consecuencia la imposibilidad de presentarse a examen en la convocatoria ordinaria del mismo curso académico".

NOTA 4: La asignatura capacita a los alumnos en sus especificidades teniendo como objetivo también la práctica y perfeccionamiento de la lengua. Se trabajarán tanto los aspectos más avanzados de la morfología y sintaxis, como los de la semántica, adaptando el lenguaje a los diferentes formatos: escrito o audiovisual. Asimismo, en la función comunicativa se atiende especialmente el léxico como base del enriquecimiento de la lengua y su aplicación a los diferentes géneros y textos, y se siguen las normas de la RAE y de los libros de estilo. Se penalizarán las faltas de ortografía cometidas por los estudiantes en las diferentes actividades evaluativas. Es fundamental que los estudiantes aprendan a expresarse con corrección y fluidez de forma oral o escrita, adaptándose a los diferentes registros, lo que incluye la capacidad de escribir textos claros y bien estructurados, de analizar diferentes tipos de discursos y de redactar exposiciones detalladas de temas complejos. Al menos el 10% de la nota final se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

| Actividades                      | Fecha de realización | Fecha de entrega    |
|----------------------------------|----------------------|---------------------|
| - Práctica 1                     | Semana 1-4           | Semana 4            |
| - Práctica 2                     | Semana 1-9           | Semana 9            |
| - Práctica 3                     | Semana 1-9           | Semana 9            |
| Nota individual y autoevaluación | Transversal          | Periodo de exámenes |

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

Masaki Flynn, Sean (2016) Economía para Dummies. Para Dummies. Madrid.

Hernández, Vicente (2012) Finanzas personales para Dummies. Para Dummies, Madrid.

Población, José Ignacio y García Alonso, Pedro (1997) Organización y Gestión de la Empresa Informativa. CIE Inversiones Editoriales. Madrid.

Richard Lipsey (1996) Introducción a la Economía Positiva. Editorial Vicens Vives. Barcelona.

Arrese, Angel (coord). (2003) Empresa informativa y mercados de la comunicación, Eunsa. Pamplona.

Caro González, Francisco Javier. (2007) Gestión de empresas informativas, McGraw-Hill. Madrid.

Doyle, Gillian (2002) Understanding Media Economics. Sage. Londres

Nieto, Alfonso e Iglesias, Francisco. (2000) La Empresa informativa, Ariel. Barcelona, 2000.

Picard, Robert (2005) Corporate Governance of Media Companies. Jönköping International Business School. Jönköping

Sánchez-Taberner, Alfonso. (2000) Dirección estratégica de empresas de comunicación, Cátedra. Madrid.

## Bibliografía Complementaria

Demers, David y Merskin, Debra (2000) "Corporate News Structure and the Managerial Revolution". Journal of Media Economics. 13; 2, 103-121

Hsiang Iris Chyi y George, Silvie (1998) "Competing with Whom? Where? And How? A Structural analysis of the Electronic Newspaper Market". Journal of Media Economics. 11; 2, 1-18

Picard, Robert y van Weezel, Aldo (2008) "Capital and Control: Consequences of different forms of Newspaper Ownership". The International Journal on Media Management. 10; 22-31.

Picard, Robert (1994) "Institutional Ownership of Publicly Traded US Newspaper Companies". Journal of Media Economics, 7; 4, 49-64

Picard, Robert (1996) "The Rise and Fall of Communication Empires". Journal of Media Economics. 9; 4, 23-40

Wirth, Michael and Bloch, Harry (1995) "Industrial Organization Theory and Media Industry Analysis". Journal of Media Economics. 8; 2, 15-26

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>