

Estructura del Sistema Audiovisual

4º Comunicación Audiovisual
Curso 2009-2010

Profª Raquel Vinader Segura
rvinader@cesfelipesecondo.com

OBJETIVOS:

El objetivo de esta asignatura es proporcionar al alumno el conocimiento de los agentes que componen el sistema audiovisual así como la estructura de las relaciones que se establecen entre ellos para llevar a cabo las funciones propias del audiovisual.

PROGRAMA:

I. EL MERCADO DE TELEVISIÓN:

- 1) La economía de la televisión.
- 2) Desregulación y políticas de televisión en Europa.
- 3) La televisión en Estados Unidos.
- 4) La televisión en la Unión Europea.
- 5) Economía de la empresa de televisión pública en España: RTVE y las televisiones autonómicas.
- 6) Economía de la empresa de televisión privada.
- 7) Economía de la televisión regional y local.
- 8) Economía de la televisión de pago. Naturaleza económica. Soportes y modalidades de comercialización.
- 9) La televisión digital. Situación actual de la TDT. Televisión e Internet.
- 10) La televisión en movilidad.

II. EL MERCADO RADIOFÓNICO ESPAÑOL

- 11) Historia la de la Radio.
- 12) Marco jurídico de la radio en España.
- 13) Programación radiofónica.
- 14) La estructura de la empresa de radio.
- 15) El mercado de la radio en España.
- 16) La audiencia de radio en España.
- 17) La radio digital.

CLASES

1er Cuatrimestre:

Lunes de 9:00 a 10:00

Viernes de 9:00 a 11:00

2º Cuatrimestre:

Viernes de 9:00 a 11:00

Jueves de 16:00 a 17:00

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

La asistencia a clase es obligatoria.

La evaluación se realizará en base a una prueba evaluatoria (70%) que se realizará al final del curso, y un trabajo de análisis de una empresa del sector (30%), que deberá ser expuesto en el aula. Ambas partes deberán estar aprobadas para poder calcular la nota media final de la asignatura.

En ambas pruebas la calificación valorará no sólo el contenido sino también la presentación del mismo, la expresión y las faltas de ortografía. Más de dos faltas de ortografía supondrán el suspenso de una de las partes y, por tanto, de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- BUSTAMANTE, E. (Coord.) (2002). Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona. Gedisa.
- BUSTAMANTE. (Coord.) (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las Industrias Culturales en la Era Digital. Gedisa. Barcelona.
- BUSTAMANTE (1999). La Televisión Económica. GEDISA. Barcelona.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2001). La radio en la convergencia multimedia, Gedisa, Barcelona.
- DÍAZ, L. (1997) La radio en España (1923-1997). Alianza Editorial. Madrid.
- EGEDA (2005). Panorama Audiovisual 2005. Egeda. Madrid.
- FAUS BELAU, A. (1983) La radio, introducción a un medio desconocido. Latina. Madrid.
- FRANQUET, R. (
- GECA (2005). Anuario de la Televisión. GECA. Madrid.
- MARTÍNEZ-COSTA, M.P. (Coord.) (2002) Información radiofónica, Ariel, Barcelona.
- MIGUEL, J.C. (1993). Los Grupos Multimedia. Bosch. Madrid.
- NIETO, A.; IGLESIAS, F. (2000) Empresa Informativa, Ariel. Barcelona.
- RICHERI, G. (1994). La transición de la televisión. Bosch. Barcelona.
- SÁNCHEZ BLEDA, P (Coord.) (2005). Libro Blanco del Audiovisual. Hacia una nueva política del audiovisual. Écija Abogados. Madrid.
- SÁNCHEZ TABERNERO, A. (2000). Dirección estratégica de empresas de comunicación. Cátedra. Madrid