

## **FICHA DE ASIGNATURA**

**Título:** Generación de ingresos en empresas audiovisuales: la publicidad

**Descripción:** Las cadenas de televisión y los grandes grupos de comunicación dependen de una gran fuente de ingresos: la publicidad. La monetización de los contenidos audiovisuales es el principal leitmotiv de esta asignatura.

**Carácter:** Obligatoria

**Créditos ECTS:** 3

**Contextualización:** Los medios y la publicidad tienen una relación de simbiosis que resulta fructuosa para ambos; si bien llega a resultar peligroso para la audiencia, ya que los contenidos audiovisuales se ven afectados por los intereses de los publicistas.

**Modalidad:** Presencial

### **Temario:**

- Los ingresos a través de la publicidad tradicional: precios, formatos, etc.
- Los ingresos a través de la publicidad en Internet.
- Nuevos formatos publicitarios.
- Ingresos a partir de la suscripción.
- Venta de formatos.

### **Competencias:**

CB1. Adquirir conocimientos que aporten una base u oportunidad de innovar en un área de estudio en continuo cambio y renovación como es la industria audiovisual.

CB5. Integrar las habilidades de aprendizaje necesarias para continuar con estudios posteriores que otorguen un alto grado de autonomía.

CE9. Conocer los mecanismos más apropiados y las diferentes fuentes de financiación para la elaboración de un plan financiero.

CE10. Definir un plan de negocio para determinar cuándo un proyecto va a obtener rentabilidad.

CT7. Generar nuevas ideas de calidad.

CT8. Crear autoempleo y generación de empleo.

### Actividades Formativas

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad %
Clases expositivas y prácticas	20	100
Tutorías	11	100
Foros	4	0
Estudio autónomo	40	0

### Metodologías docentes (extraer información de Aneca. Punto 5.5.1.7. Metodologías docentes):

- Lección magistral
- Lección magistral participativa
- Trabajo cooperativo
- Diseño de proyectos
- Estudio de casos
- Tutorías de seguimiento

### Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Portafolio de actividades	0.0	80.0
Foro	0.0	20.0

### Bibliografía:

- Albarran, A. (2010, a) *The Transformation of the Media and Communication Industries*, Universidad de Navarra: España.
- Albarran, A. (2010, b) *The Media Economy*, Estados Unidos: Routledge.
- Albarran, A. (2006) *Historical Trends and Patterns in Media Management Research, Handbook of Media Management and Economics*, editado por Albarran, A.; Chan-Olmsted, S. y Wirth, M., Estados Unidos: Routledge.
- Albarran, A. (2002) *Media Economics, Understanding Markets, Industries and Concepts*, 2a edición, Estados Unidos: Iowa State Press.
- Albarran, A. y Chan-Olmsted, S. (eds.) (1998) *Global Media Economics: Commercialization, Concentration and Integration of World Media Markets*, Estados Unidos: Iowa State University Press.
- Artero, J. (2008) *El Mercado de la Televisión en España: Oligopolio*, España: Deusto.
- Bagdikian, B. (1990) *The Media Monopoly*, 3era. edición, Estados Unidos: Beacon Press.

- Pérez-Latre, F., Sánchez-Tabernero, A. (2012) *Innovación en los Medios*. La Ruta del Cambio, España: Eunsa.