

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Empresa y tecnología tradicional ante el fenómeno Netflix: Atresplayer y Love TV.

Descripción: Los grupos de comunicación audiovisual han puesto en marcha una estrategia para afrontar la llegada de Netflix y otros operadores OTT (*Over The Top*). Por ello, en esta asignatura vamos a comprender cómo son los servicios de *Video On Demand* (Vídeo Bajo Demanda) de las cadenas de televisión para competir en el mercado en diferido.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 3

Contextualización: La nueva tecnología también ha llegado a la televisión tradicional, a la tele de toda la vida. Hasta ahora los usuarios veían sus programas favoritos en abierto, a través de las ondas y de forma continuada. Ahora los aparatos de televisión son híbridos y reciben también la señal por internet. Esto permite un acceso mucho más interactivo, prácticamente a la carta, a los contenidos.

Modalidad: Presencial.

Temario:

- Origen, evolución y tendencias de la tecnología audiovisual.
- La industria audiovisual en el nuevo universo de consumo.
- La estrategia de Atresmedia ante las OTT: Atresplayer y Love TV.

Competencias:

CB6: Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de innovar en un área de estudio en continuo cambio y renovación como es la industria audiovisual.

CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de creación a su trabajo o vocación de manera profesional.

CB10: Que los estudiantes integren las habilidades de aprendizaje necesarias para continuar con estudios posteriores con la capacidad de controlar, afrontar y tomar, por propia iniciativa, un alto grado de autonomía.

CE14. Conocer al consumidor actual para la creación de nuevas formas de difusión a través de las nuevas tecnologías, como las Apps.

CE15. Analizar el contenido audiovisual desde las distintas plataformas con el objetivo de aumentar la interacción con el cliente a través de una producción crossmedia.

Actividades Formativas

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

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:

- Osterwalder, A. y Pigneur, J. (2011). Generación de modelos de negocio. Barcelona, España: Deusto. Recuperado de <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia2016/osterwalder.pdf>
- Quintas, N. y González, A. (2015). La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social. Madrid, España: AIMC. Recuperado de http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/16235/Gonzalez_Neira_Ana_2015_Participacion_Audiencias_Televisión.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Saperas, E. (1998). Manual básico de teoría de la comunicación. Barcelona, España: CIMS.
- VV.AA. Clares, J., Ripoll, J. y Vaquer, A. (2013). Distribución audiovisual en Internet: VOD y nuevos modelos de negocio. Barcelona, España: Editorial UOC.