



		ASIGNATURAS	
		Estructura y mercados de la comunicación	Empresa audiovisual
COMPETENCIAS			
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio	X	
CB3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética	X	X
CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía	X	X
CG1	Expresar conocimientos e ideas en el campo de la comunicación audiovisual de manera oral y escrita con corrección.		
CG3	Conocer y valorar el impacto de la comunicación audiovisual en sus múltiples dimensiones: social, cultural, histórica, económica, empresarial, legal, científica, deontológica y tecnológica.	X	X
CG5	Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.	X	X
CE10	Conocer los principios básicos de dirección y gestión de empresas de comunicación audiovisual (producción, distribución y exhibición/difusión).	X	X
CE11	Analizar los formatos audiovisuales en el contexto de la estructura y mercados de la comunicación audiovisual.	X	X

### CONTENIDOS DE LA MATERIA

Descripción de los aspectos económicos, comerciales y empresariales propios de la industria audiovisual en sus tres sectores clásicos (producción, distribución y exhibición/difusión). Incluye el análisis de los mercados audiovisuales, la valoración de los posibles modelos de negocio y la aplicación de principios de habilidad directiva (toma de decisiones).

Asignatura básica:

Estructura y mercados de la comunicación (6 ECTS): Ofrece los conocimientos básicos sobre la estructura de los mercados de la comunicación, su relación con los contextos socio culturales, económicos, sus cambios y evoluciones.