



Universidad
Nebrija



**MASTER
UNIVERSITARIO EN
DISEÑO INDUSTRIAL
CURSO 2010/2011**

**Asignatura: Industria de Ocio y
Entretenimiento.
Código: MDA103**



Asignatura: Industria de Ocio y Entretenimiento

Formación: Optativa

Créditos ECTS: 4

Curso: 1º

Semestre: Segundo

Profesor:

Curso académico: 2010-2011

1. REQUISITOS PREVIOS

Ninguno

2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

El objetivo de esta asignatura es que los alumnos adquieran el conocimiento básico de la industria del entretenimiento en España. Cuales son los principales jugadores que lo definen, las cifras representativas, y los subsectores del mismo. Es importante entender las relaciones entre los diferentes subsectores, así como las estrategias de las empresas.

Para ello y buscando un enfoque eminentemente práctico el examen final consistirá en la presentación de un plan de negocio para la creación de una empresa dentro de la industria del ocio y el entretenimiento. En él se deberá haber realizado una prospectiva en el sector o subsectores adecuados para determinar la oportunidad de negocio identificada. Se habrá analizado a la competencia y sus estrategias. Así mismo se presentará un plan de marketing y distribución explicando el producto que se va a definir y el volumen de negocio que se espera alcanzar, junto con la manera de alcanzarlo. El alumno deberá razonar demostrando su conocimiento de la industria en general, y del sector donde competirá en particular.

3. COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Las competencias que adquiere el estudiante:

- Conocer el sector empresarial de la industria del ocio y entretenimiento. Composición, subsectores y evolución estratégica.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la **complejidad** de formular **juicios** a partir de una información inicial del proyecto que, siendo **incompleta o limitada**, incluya reflexiones sobre las responsabilidades vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios, y en particular las relaciones entre los diferentes subsectores y las estrategias de las empresas.
- Que los estudiantes sepan **comunicar** sus conclusiones, y los conocimientos y **razones últimas que las sustentan**, realizando una prospectiva en el sector o subsectores adecuados determinando las oportunidades de negocios identificadas.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan **continuar estudiando de un modo** que habrá de ser en gran medida **autodirigido o autónomo**. Especialmente relevante puesto que este Máster les facilita el acceso al Doctorado, donde se desarrollan programas de investigación específicos en este campo.

Resultados del aprendizaje: Los efectos que cabe asociar a la realización por parte de los estudiantes de las actividades formativas anteriormente indicadas, son: el **conocer, saber seleccionar y aplicar** los conocimientos de la materia, el **formular juicios** a partir de un información inicial del proyecto de diseño, la **aplicación con criterio** de los métodos de análisis y técnicas descritos en ella, **redactar y comunicar** utilizando un lenguaje preciso y adecuado a la misma, y **aprender por sí mismo** otros conocimientos relacionados con la materia, que se demuestran:

- En la realización del examen parcial, final y extraordinario en su caso.
- En la memoria desarrollada en el proyecto obligatorio.
- En sus intervenciones orales en clase y en la exposición oral del proyecto obligatorio.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

Clases de teoría: (1.2 ECTS) Las clases de teoría utilizan la metodología de Lección Magistral que se desarrollará en el aula empleando la pizarra y/o el cañón de proyección. Las clases de desarrollo del plan de viabilidad se podrán impartir en aula de pizarra.

Tutorías: (0.5 ECTS) Consulta al profesor por parte de los alumnos sobre la materia en los horarios de tutorías o empleando mecanismos de tutoría telemática (correo electrónico y uso del campus virtual de la Universidad).

Proyecto: (1 ECTS) El proyecto será individual. Consistirá en desarrollar un plan de viabilidad y un plan de negocio para la creación de una empresa dentro del sector del entretenimiento audiovisual. Análisis del sector para determinar la oportunidad, producción, marketing y distribución, aspectos legales del audiovisual. Los estudiantes deben ser capaces de comunicar por escrito, en la memoria de proyecto, las razones y criterios que han considerado para llegar a la resolución final de proyecto.

También les capacita para que de forma autónoma puedan continuar estudiando y acceder al Doctorado.

Estudio individual: (1.3 ECTS) Trabajo individual del alumno utilizando los apuntes de clase, libros de la biblioteca, o apuntes del profesor disponibles en el campus virtual.

Para facilitar el estudio y la realización del proyecto, el alumno puede acceder, en un horario amplio, a la biblioteca y al campus virtual de la asignatura, donde podrá descargar todos los apuntes, enlaces interesantes, etc.

5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

5.1. Convocatoria Ordinaria:

1.1. Examen parcial	20 %
1.2. Proyecto	30 %
1.3. Examen final	50 %

Restricciones y explicación de la ponderación.

Las ponderaciones del examen parcial como la del proyecto, solo se aplicarán si el alumno obtiene al menos un 4.5 en el examen final.

La no presentación del proyecto escrito supone el suspenso automático de la asignatura en la convocatoria ordinaria.

5.2. Convocatoria Extraordinaria.

La calificación final se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario (80%) y las calificaciones obtenidas en el proyecto (20%) si está aprobado, los alumnos con el proyecto suspenso deben repetirlo. Para poder hacer media entre el proyecto y el examen final es necesario que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 4.5.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica:

- Understanding Digital Cinema - C. S. Swartz – Focal Press
- El cine ha muerto, larga vida al cine – Antonio Lara – T&B Editores (2005)
- Panorama Audiovisual EGEDA 2010
- The audiovisual management handbook – Angel Durandez – Media Business School
- Libro Blanco del Audiovisual – Hugo Ecija – Ecija Editores
- This Business of TV – Bluementhal, H & Goodenough, Oliver R – Billboard Books
- PWC, Global Forecast on Entertainment Industry 2009-2013

Bibliografía Complementaria:

- El anuario de la TV 2010 (GECA)
- Presente y Futuro de la TV Digital – Bustamante E. y Alvarez Monzoncillo, J.M. – Comunicación 2000
- Film budgeting – Ralph Singleton – ISBN: 0-943728-65-7
- El productor cinematográfico – José Jacoste – Síntesis
- Robert McKee – El guión – Alba
- Media Business Files I, Film, TV, & Digital Media Areas in audiovisual sector
- Media Business Files II, Overview and glossary of audiovisual sector
- Media Business Files III, how to prepare your business plan
- Media Business Files IV, A brief guide to marketing and distribution
- Media Business Files V, getting started: an introduction to development
- Media Business Files VI, Production trends: interviews with producers
- Media Business Files VII, e-Business and the Audiovisual industry 1.0
- Media Business Files VIII, Broadband opportunities for content providers 2.0
- Publisher: Media Business School

• ENLACES DE INTERÉS

www.aimc.es	www.sofresam.com	www.geca.es
www.imdb.com	www.boxofficeguru.com	www.screenplay.com
www.mcu.es	www.variety.com	www.fapae.es

7. LOCALIZACIÓN DEL PROFESOR

8. CONTENIDO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

MASTER: MASTER UNIVERSITARIO EN DISEÑO INDUSTRIAL
ASIGNATURA: MDA103 INDUSTRIA DEL OCIO Y ENTRETENIMIENTO

SEMESTRE: SEGUNDO
CRÉDITOS ECTS: 4

Sesión	Sesiones de Teoría, Práctica y Evaluación continua	Estudio individual y trabajos del alumno	Horas Presenciales	Horas Estudio y Trabajo
1	Presentación. Syllabus. Introducción y objetivos. Concepto de Industria	Revisión de Webs y Documentación Relacionada	1,5	10
2	La Industria del Entretenimiento. Visión Global		1,5	
3	El Cine en España		1,5	
4	El Cine en el Mundo: 3D y mucho más		1,5	
5	La TV, desde los tubos a la TDT		1,5	
6	La TV, Gran Hermano y Que Vida más Triste	Selección de Proyectos Digitales de Ocio y Entretenimiento Revisión, Análisis y Seguimiento de los Mismos	1,5	20
7	Youtube, ese gran desconocido		1,5	
8	Como hacer un Plan de Negocio/Plan de Viabilidad		1,5	
9	La industria Musical, pasado y presente		1,5	
10	La industria Musical, Modelo de Negocio y Futuro		1,5	
11	El sector Editorial		1,5	
12	El sector Editorial (2) Librandia, Apple y el Kindle		1,5	
13	Examen Parcial	1,5	10	
14	Móviles y Nuevos Medios	1,5		
15	Videojuegos (1)	1,5		
16	Videojuegos (2)	1,5	10	
17	Redes Sociales y Comunidades Virtuales	1,5		
18	Teatro, Parques Temáticos y otras Industrias	Preparación Plan Negocio	1,5	10
19	Presentación de Planes de Negocio		1,5	
20	Evaluación Final Ordinaria y Extraordinaria	Preparación Examen	1,5	7,5
	Tutorías		12,5	
	Total		42,5	57,5

	ECTS	HORAS	SESIONES
Clases de teoría	1,2	30	20
Proyecto	1	25	
Tutorías	0,5	12,5	
Estudio individual	1,3	32,5	
TOTAL	4	100	20
Horas presenciales		42,5	
Horas de estudio		57,5	
Total Horas		100	