

CARRERA: Tecnólogo en Industria

Audiovisual - énfasis:



Empresa Audiovisual

Módulo: V

Modalidad: Presencial

Carga Horaria: 2

Créditos educativos: 3

I) Propósitos de la unidad curricular

La industria audiovisual contemporánea demanda organizaciones capaces de operar en un ecosistema de alta competencia y constante evolución tecnológica. En este escenario, la unidad curricular se propone como un eje integrador que prioriza la gestión estratégica de la empresa, sea que produce o brinda servicios y la optimización de sus procesos creativos, operativos, técnicos y comerciales.

Este enfoque organizacional permite al estudiantado gestionar productoras, empresas de servicios, distribuidoras, emisoras, plataformas de exhibición, festivales y eventos de cine como pilares de sostenibilidad. Se dota a las personas profesionales de herramientas para articular modelos de negocio eficientes, optimizar flujos de trabajo y estandarizar la calidad operativa. La asignatura fortalece capacidades de gestión de proveedores, atención al cliente y resolución de crisis operativas en el entorno corporativo audiovisual.

II) Logros de aprendizaje

1. Diseña estructuras organizacionales para diversos modelos de negocio del sector audiovisual y aplica marcos normativos y comerciales para gestionar contratos de servicios y proteger los activos empresariales
2. Desarrolla modelos de negocio escalables para asegurar la rentabilidad y la permanencia de la empresa audiovisual en el mercado.
3. Implementa sistemas de control de calidad y eficiencia operativa para optimizar el uso de los recursos técnicos y humanos.
4. Diseña estrategias de captación de clientes y posicionamiento de marca, y evalúa las tendencias del mercado audiovisual para innovar en la oferta de servicios y el desarrollo de nuevas unidades de negocio.
5. Examina las brechas de género, la ética digital y la diversidad en los entornos tecnológicos para promover prácticas empresariales inclusivas y responsables.

III) Saberes estructurantes de la unidad curricular

Saberes estructurantes	Saberes asociados	Saberes de profundización
Fundamentos de la organización: Análisis de la estructura, constitución jurídica y objetivos estratégicos de la entidad.	Estructura, forma jurídica, objetivos estratégicos (Misión/Visión).	Transformaciones de las industrias creativas y cultura organizacional.
Marco legal y normativo: Estudio de las normativas que rigen el sector, contratos, propiedad intelectual y derechos.	Contratos, derechos de autor, propiedad intelectual, legislación sectorial.	Resolución de conflictos y análisis de casos jurisprudenciales.
Economía y gestión financiera: Análisis de los modelos de negocio, viabilidad financiera y estrategias de inversión.	Modelos de negocio, fondos públicos, incentivos, viabilidad financiera.	Estrategias de financiamiento internacional y captación de capitales.
Mercados y comunicación: Diseño de estrategias de comercialización, branding, posicionamiento y gestión de públicos.	Distribución, exhibición, branding, posicionamiento y públicos.	Circuitos internacionales, plataformas digitales y nuevas tendencias.
Ética, género y diversidad en la tecnología	Sesgos algorítmicos, representación y accesibilidad	Análisis crítico de tecnologías y diseño responsable

IV) Orientaciones pedagógicas

La asignatura se desarrollará mediante una combinación de exposiciones breves, análisis de casos, estudio de documentación profesional, investigación aplicada, talleres de formulación de proyectos y ejercicios de simulación empresarial.

Las actividades promoverán la articulación permanente entre la comprensión conceptual y la resolución de situaciones reales propias del campo audiovisual. Se fomentará el trabajo colaborativo, el análisis crítico de experiencias nacionales e internacionales, la realización de entrevistas a actores del sector y la elaboración progresiva de un proyecto empresarial audiovisual por parte de quienes cursan.

La estructura anual permitirá avanzar desde el conocimiento del ecosistema audiovisual y sus marcos regulatorios hacia el diseño de estrategias de desarrollo, comunicación y comercialización de organizaciones y proyectos audiovisuales.

V) Orientaciones para la evaluación

La evaluación será continua, formativa e integradora, considerando tanto los procesos de aprendizaje como los productos desarrollados por los estudiantes.

Se valorará: comprensión de los modelos organizacionales; capacidad de análisis de aspectos económicos, jurídicos y productivos; aplicación de herramientas de gestión empresarial; capacidad para analizar mercados; diseño de estrategias de comunicación; integración de dimensiones creativas y económicas; fundamentación de decisiones profesionales; participación activa; y capacidad de ajuste ante crisis.

V.1) Sugerencia de evaluación

A través de dos entregas se aprobará el semestre.

1: Orientada al conocimiento de la estructura empresarial y el marco regulatorio.

Entregas: Estudio de caso empresarial y Diseño organizacional básico.

2: Orientado al desarrollo estratégico y la inserción en mercados.

Entregas: Estrategia de comunicación y Proyecto integrador (Plan Estratégico).

Aprobación de la UC

Requiere la aprobación de ambas instancias evaluativas, cumplimiento de entregas y calidad técnica de los trabajos.

VI) Bibliografía básica y complementaria

- Barón, C. (2014). Producción ejecutiva de proyectos audiovisuales. Paidós.
- Curbelo, M. (2020). Gestión de proyectos audiovisuales. UOC.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Deusto.
- Ries, E. (2012). El método Lean Startup. Deusto.
- Sutherland, J. (2014). Scrum. Alienta.
- Project Management Institute. (2017). Guía del PMBOK®.
- Crawford, K. (2021). Atlas de IA: Poder, política y costes planetarios de la inteligencia artificial. México: Fondo de Cultura Económica.
- Noble, S. U. (2018). Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism. New York: NYU Press.
- Wajcman, J. (2004). TechnoFeminism. Cambridge: Polity Press.