

Ficha Técnica: Estructura y Mercados de la Comunicación
Curso 2026/2027

Asignatura

Nombre Asignatura	Estructura y Mercados de la Comunicación
Código	100522043
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	4

Datos Generales

➤ PROFESORADO

José María Benito García. Doctor en Comunicación (UCM) acreditado por ANECA. Programa *Executive* en Dirección de Empresas Audiovisuales por el *IE Business School (IE University)*. Licenciado en Derecho (UCM).

Actualmente en la Universidad Villanueva desempeña la función de Adjunto al Secretario General.

Durante casi 20 años ha sido Subdirector (Vicedecano) del Área de Titulaciones de Comunicación de Villanueva, donde ideó y diseñó los títulos propios simultáneos a cada grado, firmó los primeros convenios de Erasmus en Villanueva con 11 universidades europeas, dirigió todas las actividades de vida universitaria, como el Grupo de Teatro Villanueva, la ONG Villanueva Solidaria, el concurso internacional *Showing* al que también dio el nombre. Promovió el Máster en Gestión Publicitaria de los Medios junto con la asociación profesional AMPE, y fue el Director del Diploma en Creación de Series de Ficción -siendo su promotor y coautor del Plan de Estudios-, título simultáneo al Grado en Comunicación Audiovisual. También ha sido el director de los diplomas simultáneos a los Grados en Periodismo y en Publicidad y Relaciones Públicas.

Como Director de Desarrollo Institucional participó en la autorización de Villanueva como Universidad Privada gestionando en el expediente ante la Comunidad de Madrid desde 2015 hasta su aprobación definitiva en marzo de 2019. Trabajando junto al Director General de Villanueva participó en el diseño y aplicación de los planes estratégicos, y desempeñó otras competencias que le fueron delegadas.

Como *Compliance Officer* diseñó e implementó el primer Sistema de Cumplimiento Normativo de la UV con su Código de Conducta, Manual de Cumplimiento, Protocolos, Plan de Formación, etc.

Ha impartido docencia en los Grados en Comunicación Audiovisual y en Periodismo, impartiendo asignaturas vinculadas a los mercados de contenidos audiovisuales. También ha sido docente en el Máster de Acceso a la Abogacía y la Procura.

Ha escrito varios libros y numerosos artículos científicos, así como participado en congresos nacionales e internacionales, con estancias internacionales de investigación en la Universidad Austral de Buenos Aires (Argentina) y en la Universidad del Zulia, en Maracaibo (Venezuela).

Antes de incorporarse a Villanueva trabajó como emprendedor de empresas de comunicación, en el sector financiero y como consultor de comunicación.

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

- Cultura general de los grupos de comunicación y sus medios, especialmente los que distribuyen contenidos audiovisuales.
- Conocimiento como usuario de los sistemas de distribución de contenidos o ventanas de exhibición, y las semejanzas y diferencias entre ellos.
- Cultura general sobre televisión, cine y videojuegos

➤ **OBJETIVOS TEÓRICOS**

1. Adquirir capacidad crítica para de enfrentarse a la toma de decisiones empresariales desde una visión completa y abierta, especialmente de la empresa televisiva.
2. Introducir en el conocimiento del sistema del mercado audiovisual en sus distintas ventanas de distribución en el entorno general de las industrias de contenidos audiovisuales: sus agentes, cómo se relacionan entre ellos, las situaciones y relaciones de competencia entre ellos, la cadena de valor, los modelos de negocio, etc. No solo a nivel nacional sino a nivel general.
3. Evolución y situación actual de las formas de ver televisión. Aproximación al futuro de este medio.
4. Proporcionar conocimientos de política audiovisual y concentración de medios.

➤ **OBJETIVOS PRÁCTICOS**

1. Pensar críticamente antes de tomar una decisión sobre contenidos audiovisuales como series, películas, videojuegos, y streaming.
2. Saber identificar y clasificar los sujetos que actúan en el sector audiovisual, reconocer el eslabón de la cadena de valor en el que se sitúan.
3. Entender la cadena de valor del mercado audiovisual
4. Familiarizarse con los grupos de comunicación españoles y sus medios. Situar en ellos las distintas plataformas de distribución de televisión nacionales y extranjeras en España.
5. Identificar los distintos modelos de negocio televisivo según los modos de distribución.

➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

BÁSICAS Y GENERALES

CG4 - Desarrollar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo orientadas a evaluar, optimizar y confrontar criterios en la toma de decisiones responsable y en la resolución de situaciones

compleja.

CG5. Idear, planificar, poner en marcha y gestionar proyectos compartidos en el ámbito de la comunicación.

CG9 - Identificar públicos de interés, establecer investigaciones que permitan determinar sus características y preferencias para adecuar las campañas de comunicación a las mismas.

CG10 - Actuar de conformidad a los principios deontológicos y jurídicos.

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.

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.

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.

ESPECÍFICAS

CE4 - Utilizar de modo teórico-práctico los modelos de las estructuras organizativas e institucionales en el campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución y gestión a lo largo del tiempo.

CE5 - Identificar y desarrollar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales para aprovechar las oportunidades del mercado: producción, distribución y exhibición.

CE6 - Aplicar las técnicas y modelos de los procesos de producción, distribución y exhibición audiovisuales en sus diversas fases, desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicos, tecnológicos, humanos y económicos hasta su comercialización.

CE14 - Comprender los nuevos soportes comunicativos, además de producir, crear, distribuir y analizar contenidos específicos de los mismos.

➤ CONTENIDO DEL PROGRAMA

I. MERCADO AUDIOVISUAL

TEMA 1: CONCEPTOS Y DEFINICIONES

1.1 Dinámica sobre el concepto de "Estructura".

1.2 Dinámica sobre el concepto de "Mercado".

1.3 Dinámica sobre Producto audiovisual

1.4 Concepto y características del "Producto Audiovisual".

1.5 Concepto de "Estructura del Mercado Audiovisual".

1.6 Características del Mercado Audiovisual. (ARTÍCULO DE MEDITERRÁNEA ACTUALIZADO)

TEMA 2: LA TOMA DE DECISIONES SOBRE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

2.1 Importancia de la toma de decisiones.

2.2 Criterios básicos.

2.3 Conceptos clave.

2.4 Técnicas prácticas.

2.5 Debate en grupo.

TEMA 3: ESTRUCTURA DEL MERCADO AUDIOVISUAL

3.1 Visión general del Mercado Audiovisual.

3.2 Agentes, sujetos o actores del Mercado Audiovisual.

3.3 Situaciones competitivas del Mercado Audiovisual.

3.4 Competencia en el Mercado Audiovisual.

3.5 Macroentorno del Mercado Audiovisual. Su influencia.

3.6 Microentorno del Mercado Audiovisual:

a) Dinámica sobre la cadena de valor de los contenidos audiovisuales

b) Dinámica sobre las relaciones en la cadena de valor

c) Relaciones entre la cadena de valor y el Macroentorno

3.7 Política Audiovisual y concentración de medios

II. INDUSTRIAS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

TEMA 4: LA TELEVISIÓN

4.1 Características del mercado mundial de televisión

4.2 Características del mercado español de televisión.

4.3 Los grandes grupos mundiales de comunicación

4.4 Los principales grupos españoles de comunicación

4.5 Sistemas de distribución

4.6 Plataformas de streaming (OTT, PPV, VoD, AVoD). Streaming wars y guerra de las ventanas

4.7 Televisión en Internet (IPTV) y televisión conectada (TVC).

TEMA 5. EL CINE

5.1 Características y grandes cifras del cine español

5.2 Producción

5.3 Distribución

5.4 Exhibición

5.5 Las majors de Hollywood

5.6 Las cifras del cine a nivel mundial

TEMA 6. LOS VIDEOJUEGOS

6.1 Las principales editoras, las principales consolas y la facturación mundial del videojuego.

6.2 El mercado español en cifras

6.3 Videojuegos en Internet e eSports

» ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AF1. Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por	24	100%

parte del profesor con participación o no del estudiante.

AF2. Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudio o lectura de casos, debates y dinámicas en el aula, uso de herramientas informáticas, presentación de proyectos audiovisuales por parte del estudiante, etc.).	15	100%
---	----	------

AF3. Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.	560	60%
--	-----	-----

AF4. Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.	3	100%
--	---	------

AF5. Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos	180	0%
--	-----	----

de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.

AF6. Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten evaluar la adquisición de los resultados de aprendizaje de los estudiantes	5	100%
---	---	------

AF7. Asistencia y participación en actividades académicas extra lectivas: como puede ser la asistencia a conferencias, visionados de películas, o cualquier otra actividad que el profesor considere oportuna, o que el alumno considere interesante como parte de la formación complementaria.	10	50%
---	----	-----

AF8. Participación en actividades extraacadémicas que ayudan a la experiencia y conocimiento del sector de modo directo, como pueden ser la asistencia a Festivales de Cine, Muestras o la participación y colaboración en Festivales u otros eventos audiovisuales.	10	100%
--	----	------

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

NOTA IMPORTANTE: NO ESTÁ AUTORIZADO el uso en clase de móviles. Su uso o el uso fraudulento de otros dispositivos supondrá la expulsión del alumno de la clase.

1. Asistencia y participación del estudiante y proactividad en el aula: se valorará el desempeño y el aprovechamiento de la materia, así como la participación.

Hasta 2 puntos de la nota final. Será de aplicación cuando el alumno haya asistido al 75% de las clases.

2. Ejercicios prácticos

- Por el total de los trabajos prácticos presentados y aprobados se podrá sumar hasta 1 puntos a la nota final. No se admitirán trabajos prácticos de alumnos que no hayan estado en las clases en las que se encarguen ni los que se entreguen fuera de plazo.

- La asistencia o participación en 3 actividades de vida universitaria relacionadas con lo audiovisual y debidamente acreditadas sumarán a la nota final 0,50 puntos.

- La participación debidamente acreditada en actividades extraacadémicas que ayudan a la experiencia y conocimiento del sector de modo directo, como participar en el viaje a Los Ángeles o en otro festival de cine, como los de Málaga o S. Sebastián, y colaborar como voluntario en el Concurso Showing, sumará 0,5 puntos a la nota final.

3. Proyecto audiovisual individual

- Es de obligatoria presentación y defensa oral en clase. De no presentarse no podrá aprobarse la asignatura.

- Si se aprueba con un 7 o más, se sumarán 2,5 puntos a la nota final.

4. Exámenes liberatorios

- Para liberar los dos exámenes liberatorios hará falta obtener al menos un 2 sobre 3,5; en caso de liberar la materia, la calificación obtenida hará media con las de los demás exámenes liberatorios y/o de recuperación.

- Para poder presentarse a los exámenes liberatorios hay que asistir al menos al 50% de las clases anteriores al mismo.

- Examen final: la media de los exámenes liberatorios y/o del final se calculará sobre un máximo de 3,5 puntos.

- Convocatoria Extraordinaria de junio (las recuperaciones): la nota final de la asignatura se obtendrá aplicándose todos estos mismos criterios de evaluación tanto de la asistencia como de los trabajos presentados y del proyecto audiovisual individual.

5. Corrección gramatical y ortográfica:

- La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Por eso, de manera particular en esta asignatura, rigen las normas aplicables a la redacción y a las faltas de ortografía, puntuación y acentuación en los trabajos de evaluación continua y exámenes realizados por alumnos de todos los Grados de Villanueva.

- Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.

- La ortografía será juzgada en su totalidad: letras, tildes y signos de puntuación.

- Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:

Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio

Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.

Cuando se cometan 3 faltas de ortografía o más en el conjunto de la prueba, o se detecten graves problemas de expresión o de redacción, el trabajo o examen en cuestión será considerado suspenso quedando a criterio del profesor si esta nota puede posteriormente ser recuperada, así como los requisitos necesarios para que esto ocurra.

- Presentación y caligrafía (criterio particular de la asignatura): El profesor de esta asignatura podrá deducir hasta dos puntos por una mala presentación del examen (tachones, etc.) y por una defectuosa caligrafía que dificulte la legibilidad de la prueba

» BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

- Estructura y Gestión de Empresas Audiovisuales. Mercedes Medina Laverón. Ed. EUNSA.

- "Streaming wars. La nueva televisión". Elena Neira, Editorial Libros Cúpula. 2020.

- "Creatividad S.A.", de Ed Catmull, Editorial Conecta. 2014.

- Three blind mices. Ken Auletta; Editorial Vintage. 1992.

- "La revolución over the top. Del video bajo demanda (VOD) a la televisión por internet". Judith Clares-Gavilán (Coord.) editorial UOC, 2019.

- "Distribución audiovisual en internet. VOD y nuevos modelos de negocio". Judith Clares-Gavilán (Coord.) editorial UOC, 2013.

- Console Wars. Blake J. Harris. Ed. Héroes de Papel. 2019.

- Sangre, sudor y píxeles. Jason Schreier. Ed. Héroes de Papel. 2020

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

- El horario de las clases y el calendario de exámenes serán los que comunique oportunamente la dirección académica.
- Las tutorías individuales se solicitarán por escrito mediante correo electrónico al profesor, que contestará señalando el día y la hora de esta.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta Guía Docente se publicó el 29 de agosto de 2025.