



Emprender en comunicación

/

Giménez-Marín, Gloria,
coord

Elías Zambrano, Rodrigo,
coord

Pirámide,
2022

Monografía

El actual mercado de la comunicación y de la información es cambiante e incierto, sobre todo en un contexto en el que está surgiendo un gran número de medios y cabeceras, donde emergen nichos de mercado y segmentos de públicos que ahora pueden encontrar satisfechos sus deseos o necesidades y, máxime, donde las tecnologías han ayudado a disminuir costes. Sin embargo, las profesiones relacionadas con la comunicación son, en un gran número de casos, precarias y mal retribuidas. Es por ello por lo que la vía del emprendimiento se torna como una posible solución a este deficitario mercado laboral. Con esta obra sus autores tratarán de ayudar a aquellos emprendedores que quieran montar una empresa de comunicación: un periódico, una productora audiovisual, una agencia de publicidad, etc. Es una guía que acompaña en el proceso de creación de una empresa, de su marca, de la construcción de la forma jurídica e informa de dónde se pueden encontrar ayudas y qué pasos dar para ir de cero a cien en la creación de una empresa de comunicación. Con ello se intenta disminuir la incertidumbre a la hora de convertirse en un emprendedor utilizando la comunicación como materia prima de la futura organización. Es, pues, un texto con un recorrido teórico-práctico por las cuestiones de interés necesarias en este empeño. Igualmente, se aportan casos prácticos de creación de marca, casos de productora y banda musical, de periodismo deportivo, de revistas científicas, del sector de los videojuegos y la distribución cinematográfica e, incluso, de concursos audiovisuales y casos de product place inverso. Es, en definitiva, una obra que proporciona la teoría necesaria para estructurar y ejecutar lo preciso a la hora de emprender con claras referencias reales para, de este modo, visualizar modelos de emprendimiento

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzA4MzYzNjE>

Título: Emprender en comunicación Gloria Jiménez-Marín , Rodrigo Elías Zambrano (coords.)

Editorial: Madrid Pirámide 2022

Descripción física: 224 p.

Mención de serie: Colección "Empresa y Gestión" (Pirámide)

Bibliografía: Incluye referencias bibliográficas

Contenido: PARTE I: Cómo emprender en comunicación: 1. Introducción: partir de cero. Cómo emprender si he estudiado comunicación. -- 2. Ayudas, viveros y otras cuestiones de interés para los estudiantes de comunicación. --

3. La figura del freelance audiovisual. -- 4. Montar una productora audiovisual. -- 5. La creación de agencias de publicidad. -- 6. Emprendimiento social en el periodismo. -- PARTE II: Transferencia de conocimiento y emprendimiento de la universidad a la sociedad. Experiencias en comunicación: 7. La gestión de una facultad de comunicación y el fomento del emprendimiento. -- 8. #COMCORTO: una experiencia puente entre la universidad y la industria audiovisual. -- 9. Empezar en comunicación. Una realidad, una necesidad. El Desmarque como caso de éxito: de la crisis a la oportunidad. -- 10. Crear y gestionar una marca: los casos de Nana Films y Yorck. -- 11. Innovación en las industrias culturales: modelos de exhibición cinematográfica para vivir experiencias. -- 12. The Game Kitchen: la industria del videojuego indie en Sevilla. Blasphemous como ejemplo exitoso de financiación colectiva. -- 13. Fundar una revista científica de comunicación. De Ámbitos a IROCAMM. -- 14. Empezar del revés. El caso de Bubba Gump, la marca de ficción que definió un modelo comunicativo. -- 15. Empezar y comunicar en moda. Nuevos formatos, influencers y públicos. -- Epílogo. Algunos testimonios

ISBN: 978-84-368-4634-8

Materia: Emprendedores Empresas- Innovaciones Comunicación- Orientación profesional Audiovisual- Industria Comunicación audiovisual

Autores: Giménez-Marín, Gloria, coord Elías Zambrano, Rodrigo, coord

Punto acceso adicional serie-Título: Colección "Empresa y Gestión" (Pirámide)

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es