



PROGRAMA ACADÉMICO

MIÉRCOLES JUNIO 2 HOTEL COSMOS 100

17:00-19:00
19:00-19:30
19:30-20:30
20:30-21:30

PROCESO DE INSCRIPCIÓN
ACTO DE APERTURA E INSTALACIÓN
KEYNOTE SPEAKER: Luis Fernando Samper. Colombia.
El caso del “branding” Colombiano más exitoso. Café de Colombia-JUAN VALDEZ
CENA DE BIENVENIDA

JUEVES JUNIO 3 HOTEL COSMOS 100 SESIONES PARALELAS

09:00-10:30

Francisco J. Pérez - Latre. Universidad de Navarra. España. La interacción entre lo “antiguo” y lo “nuevo” en la publicidad y el mercado de medios: una obra en progreso.

Dan Shaver and Mary Alice Shaver. Media Management and Transformation Center. Suecia. La publicidad en medios on-line vs. la publicidad en Medios Tradicionales: Un análisis de tendencias y Mercados Competitivos.

Emm Heretakis. University of Athens. Grecia. Los medios, la publicidad y el consumo como grandes agentes de cambio. El caso de Grecia 1960-2000.

Ákos Szántó, Gábor Réthi and Noémi Gönczi. University of Miskolc, Hungría. La publicidad de la cerveza.

Ingo Knuth. University of Hamburg-Alemania. Factores para el surgimiento de las Agencias de Medios.

Sala 1- Sesión 1 PUBLICIDAD

Sala 2- Sesión 2 TV TRADICIONAL Vs. VIDEO EN LÍNEA

Jiyoung Cha. University of North Texas and Sylvia Chan-Olmsted. University of Florida. USA. Ventajas y desventajas de las plataformas de video en línea y de la televisión tradicional, en términos de contenido, tecnología, y atributos relacionados con los costos.

Jiyoung cha. University of North Texas and Sylvia Chan-Olmsted. University of Florida. USA. Plataformas de video en línea como sustitutas de la televisión: Examinando las discrepancias y tendencias comunes en las motivaciones de los consumidores, entre las plataformas de video antiguas y las nuevas.

Mike Friedrichsen. Stuttgart Media University and Wolfgang Mühl - Benninghaus Humboldt. Universität Berlin. Alemania. Vientos de Cambio. Las audiencias jóvenes y la televisión pública.

Juan Pablo Artero. Universidad de Navarra. España. Modelos de negocio en el Video en línea: Youtube vs Hulu.

Imsook Ha, Steven S. Wildman and Johannes M. Bauer. Michigan State University. USA. La Economía de la Distribución de Video en Internet.

10:30-11:00

DESCANSO Y REFRIGERIO

Sala 1 – Sesión 3
AUDIENCIAS Y ESTUDIOS DE “BRANDING”

Harsh Taneja. Northwestern University USA and Utsav Mamoria. Mudra Institute of Communications. India. El futuro de las mediciones de las audiencias. El caso de los Datos de Fuentes Singulares como instrumento para la medición.

11:00-12:30

Charles Davis. School of radio and television arts and Florin Vadica. Ryerson University of Canadá. Los valores del consumidor y los modos de recepción de los medios: Las reacciones de las audiencias al documental del computador animado psicorealista Ryan y su propia documentación en Álter Egos.

Amy Sindik. The University of Georgia. Marianne Barrett. Arizona State University, USA. Revistas para mujeres y ediciones especiales para adolescentes: ¿Existe la Percepción de lo Adecuado?

Heinz-Werner Nienstedt, Thomas Giesecking and Frank Huber. Johannes-Gutenberg-Universität. Alemania. Definiendo el precio óptimo de una publicación con base en las preferencias de lectores y publicistas: el caso de una revista financiera para consumidores.

Gregory Ferrell Lowe and Teemu Palokangas. University of Tampere. Finlandia. La herencia en la Gestión de la marca. El caso de la televisión pública.

12:30-14:30

ALMUERZO EN EL MUSEO DEL CHICÓ. TRANSPORTE EN BUS DEL HOTEL

Sala 1 - Sesión 5
EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN

Lucia Naldi and Robert G. Picard. Media Management and Transformation Centre Jönköping International Business School. Suecia. Creando un sitio web de noticias: oportunidades, recursos, estrategia y miopía de formación en 3 pasos.

15:00-16:30

George Tsourvakas, Chrysanthi Georgakarakou, Aristotle University of Thessaloniki. Kostas Agas, University of Thessaly and Emmanouil Chairetakis University of Athens. Grecia. ¿Qué tan verdes pueden ser las empresas mediáticas según el punto de vista de los managers de los medios?

Stavros Georgiades. Frederick University. Chipre. Las percepciones de los managers sobre cómo aprovechar los conceptos académicos en los ambientes de trabajo y contribuciones en una organización mediática.

Ghislain Deslandes. ESCP Europe. Francia. Identidad Organizacional y Gestión de Medios. Un Acercamiento Empírico.

Lucy Küng and Robert G. Picard. Media Management and Transformation Centre. Suecia. Orígenes Organizacionales de la respuesta problemática de la Industria de los Medios con respecto a las Nuevas Tecnologías.

Sala 2 - Sesión 4
TEORÍA

Ulrike Rohn. University of Tartu. Estonia. La Cadena de la Barrera Vertical: Un Nuevo marco interdisciplinario para entender las estrategias de los medios internacionales.

Linsen Su. Institute of Industrial Relations. China. Más allá del Principio de Constancia Relativa: Patrones de Gastos de Medios en la Era de la Internet en Estado Unidos.

Kenton T. Wilkinson. Texas Tech University. USA. El manejo de fuentes secundarias en las investigaciones académicas sobre las industrias de medios.

A.F. Mathew. Mudra Institute of Communication. India. El caso de la comunicación para el desarrollo: perspectivas, asuntos y tendencias.

Qiling Qin and Ping Wei. Huazhong University of Science and Technology. China. Teoría de juegos en Economía de Medios.

Room- Session 6
IMPRENTA Y MODELOS DE NEGOCIO 2

Angela Powers, Sam Mwangi. Kansas State University. John Dimmick. Ohio State University. USA. Los cambios en las noticias multimediales: un modelo para la innovación.

J. Sonia Huang. National Chiao Tung University. Wei-Ching Wang. National Taiwan Normal University. China. La aplicación de la Long Tail Economy (la Economía de Cola Larga) en la industria de las Noticias en línea.

Thomas Mejtoft. Royal Institute of Technology (KTH). Magnus Viström. Packaging Mid. Suecia. La integración vertical y la industria comercial de medios impresos.

Nils Walravens and Pieter Ballon. IBBT-SMIT, Free University of Brussels. Bélgica. El Rostro Cambiante de las Noticias en Línea: Análisis de un Modelo de Negocio de Cuatro Casos Belgas en la Industria de las Noticias Digitales.

Piet Bakker. University of Amsterdam. Netherlands. Cambios en la industria de los medios impresos en Europa Central y Oriental; el desarrollo de un modelo híbrido.

16:30-17:00

DESCANSO Y REFRIGERIO

PANEL

Encuentro de editores: Puntos de vista en misiones editoriales y prácticas.

Moderator: Alan Albarran. University of North Texas.

Participantes:

- 17:00-18:00 **Robert Picard**, Jonkoping International Business School, Suecia - editor de la Revista de Media Business Studies (Estudios de Empresas Mediáticas).
- Steven Wildman**, Michigan State University, USA, anterior co-editor del Journal of Media Economics (Revista de Economía de Medios).
- Ben Compaine**, Northeastern University, US, actual editor del Journal of Media Economics (Revista de Economía de Medios).
- Dan Shaver**, Jönköping University, Sweden, co-editor of JMM – el International Journal of Media Management (La Revista Internacional de Gestión de Medios).
- Bozena I. Mierzejewska**, University of St. Gallen, Switzerland, co-editor of JMM – The International Journal on Media Management (La Revista Internacional de Gestión de Medios).

17:00-18:00

18:30-20:30 CENA EN EL MUSEO DEL CHICÓ. TRANSPORTE EN BUS DEL HOTEL

VIERNES JUNIO 4 HOTEL COSMOS 100 SESIONES PARALELAS

18:30-20:30

Sala 1 – Sesión 7

MEDIOS SOCIALES/INVESTIGACIÓN

Mart Ots and Benjamin Julien Hartmann. Media Management and Transformation Centre. Suecia.
¡Todo un revuelto! La creación de valores mediáticos como resultado de las actividades de producción de las redes sociales.

Mike Friedrichsen, Alexander Franke, Stuttgart Media University. Wolfgang Mühl – Benninghaus, Universität Berlin. Alemania. Medios Sociales en los Negocios. Nuevas formas de Mercadeo Mediático y Comunicación.

09:00-10:30

Mike Friedrichsen, Stuttgart Media University, and Wolfgang Mühl-Benninghaus Humboldt, Universität Berlin. Alemania. El Nuevo Flujo de la Información. Cómo los Buscadores en línea cambian el Comportamiento de Búsqueda de los Usuarios de la Web.

Alan B. Albarran, North Texas University, USA. Germán Arango, Universidad de La Sabana, Colombia. Eileen Hudson, Universidad de Montevideo, Uruguay. María Elena Gutiérrez, Universidad Panamericana de Guadalajara, México. Laura Vaillard, Universidad Católica, Argentina. Aldo Van Weezel, Universidad de Los Andes, Chile. Los Medios de Redes Sociales y los Latinos Jóvenes: Oportunidades y desafíos económicos y de Gestión.

Alejandro Pardo and Alfonso Sánchez-Tabernero. Universidad de Navarra. España. Los efectos de la Concentración del Mercado en la Distribución Cinematográfica. El caso de los Cinco Grandes Países de Europa Occidental.

Sala 2 – Sesión 8

NOTICIAS EN LÍNEA

Hsiang Iris Chyi, The University of Texas at Austin. USA. Desde una Distancia: Un Análisis del Zip Code (Código Postal) de Lectores de Periódicos en línea estadounidenses.

Oscar Westlund, University of Gothenburg. Suecia. Nuevas Tendencias en el consumo de noticias a través de dispositivos móviles.

Oscar Westlund and Mathias A. Färdigh. University of Gothenburg. Suecia. La prensa bajo presión.

Sabine Baumann. Jade University Wilhelmshaven. Alemania. ¿Quién se comió mi torta? Cambios en el Paisaje Competitivo y Estrategias Potenciales de los Medios informativos.

Arne H. Krumsvik. University of Oslo. Noruega. El Rol Estratégico de las noticias en línea.

10:30-11:00

DESCANSO Y REFRIGERIO

Sala 1 - Sesión 9
ANÁLISIS DE CONTENIDO

Christian M. Wellbrock **University of Hamburg.** **Alemania.** Midiendo la calidad periodística.

Charles Davis and James Nadler. **Ryerson University. Canadá.** Las Co-producciones de la Televisión Internacional y el Descuento Cultural.

11:00-12:15

Nadine Lindstädt, University of Southern Denmark. Teleisiones públicas alemanas ingresan al mercado de Internet. Efectos de resultados de la competición y el dilema sobre la justificación de los medios públicos en Línea.

Moonhaeng Lee. **The University of Suwon. Corea del Sur.** La transferencia de las historias entre diferentes tipos de medios: Nuevas versiones en los dramas, las películas y los musicales.

Sala 2 - Sesión 10
PERIÓDICOS

Paulo Faustino and Luisa Ribeiro. **Porto University. Portugal.** La concentración de los medios en Portugal: El caso del mercado de los periódicos.

Martin A. Leroch and Christian M. Wellbrock. **University of Hamburg. Alemania.** La Elección Óptima sobre calidad en un periódico de monopolio.

Paul Murschetz, European University of Applied Science, Germany. **Paulo Faustino, Porto University and Polytechnic Institute of Leiria. Portugal.** Los Subsidios Gubernamentales para la Prensa en Europa: ¿Aún son efectivos?

Mikko Grönlund, Turku School of Economics, and Tom Björkroth, Finnish Competition Authority. **Finlandia.** ¿Una separación de las aguas en la industria de los periódicos en Finlandia? Actuales y futuros desafíos de la industria.

12:15-13:30

ALMUERZO EN EL HOTEL COSMOS

Sala 1 - Sesión 11
POLÍTICAS DE MEDIOS/REGULACIÓN

Li Huiliang. **Communication University of China.** La Actual Situación actual de la Industria de la Televisión en China bajo Circunstancias Económicas complicadas.

Robert Picard and Leon Barkho. **Media Management and Transformation Center. Suecia.** Dubai, Ciudad Mediática: Una Visión General de Propósitos, Políticas, y Planes.

14:00-15:15

Andrea Marzulli, Fondazione Rosselli, and Flavia Barca, "La Sapienza" - Universita degli Studi di Roma. Italia. Cada ley tiene un resquicio legal. La Política Italiana sobre la Relación entre Productores y programadoras.

Kostas H. Agas, University of Thessaly, Chrysanthi E. Georgakarakou, George Tsourvakas, Aristotle University of Thessaloniki, and Vivian Antonopoulou, University of Athens. **Grecia.** Prácticas Corporativas Socialmente Responsables para "Stakeholders" internos y externos: Diferencias entre Medios Impresos y Electrónicos.

Sala 2 - Sesión 12
TELECOMUNICACIONES Y TELEVISIÓN DIGITAL

Aldo van Weezel and Cristóbal Benavides. **Universidad de los Andes. Chile.** La adopción de la televisión de alta definición en Chile.

Nicola Matteucci, University of Marche, Italy. **Elad Harison, Groningen University. Netherlands.** Haciendo un modelo de la adopción de televisión digital: implicaciones económicas y de políticas.

Krishna Jayakar. **The Pennsylvania State University. USA.** Pequeñas Fusiones y Adquisiciones en la Industria de Telecomunicaciones en Estado Unidos, 1996-2006.

Seonmi Lee, University South Korea. **Sylvia M. Chan-Olmsted, University of Florida.** **Sangwon Lee, Jamestown College. USA.** El impacto del "Triple Play Bundle" sobre la Entrada al Mercado del Internet de Banda Ancha Fija de Alta Velocidad.

15:15-15:45

DESCANSO Y REFRIGERIO

PANEL

Los medios en los tiempos de cambios y desafíos. Tendencias en los campos de Economía de Medios y estudios de gestión. Alianzas posibles de investigaciones transnacionales.

Moderator: Patricia Phalen. The George Washington University.

15:45-16:45

Participantes:

Robert Picard (Director del Media Management and Transformation Center).

Alan Albarran (Director Center for Spanish Language Media, University of North Texas).

Sylvia Chan-Olmsted (Universidad de La Florida).

Aldo van Weezel y Germán Arango (Latin American Media Management Association).

17:00-20:00

Tour por Bogotá, ofrecido por el Departamento de Visitantes y Convenciones de Bogotá. Recorrido de la Ciudad.

20:00-21:00

CENA EN EL RESTAURANTE MIRADOR CAMPANARIO SAN MARTIN-LA CALERA

SÁBADO JUNIO 5 UNIVERSIDAD DE LA SABANA

8:45 AM.

SALIDA DE LOS BUSES

HOTEL COSMOS 100 BOGOTÁ HASTA LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA – CHÍA SESIONES PARALELAS

Sala 1 - Session 13 LIDERAZGO Y CREATIVIDAD

George Tsourvakas, Yorgos Zotos, Paraskevi Dekoulou, Aristotle University of Thessaloniki, and Kwstantinos Agas, University of Thessaly.

Grecia. Contenidos Socialmente Responsables como un Componente Estratégico de Liderazgo para Empresas Mediáticas Dominantes.

9:30-11:00

Mania Strube, University of Hamburg, Germany, Lena Plambeck and Dejin CHEN, Shanghai Jiao Tong University, China. La Creatividad en la Industria de Medios desde una Perspectiva Occidental y Oriental.

Tobias Scholz. Goethe University Frankfurt.
Alemania. ¿Qué podemos aprender de los juegos de liderazgo?

Min Hang. Tsinghua University, China. Oportunidades, reconocimiento, descubrimiento y creación en las Industrias de Medios.

Sala 2 - Sesión 14 LAMMA . Mercados y medios audiovisuales

Mercedes Medina, Universidad de Navarra, España, and Leticia Barrón, Universidad Panamericana, México. La telenovela en el mundo.

Mónica Herrero y Patricia Diego. Universidad de Navarra. España. Creación, desarrollo y explotación de los Contenidos Generados por el Usuario: de la red a la televisión.

Germán Arango y Manuel González, Universidad de La Sabana. Colombia. Consumos juveniles de televisión en Colombia: fragmentación generada por un consumo multicanal.

Ethel Pis Diez. Universidad Austral. Argentina. Posibles impactos de la nueva ley de servicios audiovisuales en el mapa de los medios en la Argentina. Elementos para el análisis de la configuración del mercado audiovisual.

María Elena Gutiérrez. Universidad Panamericana Guadalajara. México. Estrategias de negocio de las dos empresas audiovisuales más importantes de México frente al nuevo entorno de la industria: Televisa y TV Azteca.

11:00-11:30

DESCANSO Y REFRIGERIO

Sala 1 - Sesión 15
ASUNTOS MEDIÁTICOS INTERNACIONALES/ DE PAÍSES

- 11:30-13:00 **Xuetao Jin and JinJin Liao, Communication University of China.** Un estudio de las Alianzas Estratégicas de los Medios Chinos en la era de la convergencia industrial.
- Germán Arango, María Fernanda Arango, Laura Llana and María Carolina Serrano. Universidad de La Sabana. Colombia.** Los Medios Colombianos en el siglo XXI: la reconquista de la inversión extranjera.
- Bogusław Nierenberg. Jagiellonian University. Polonia.** La medición econométrica de la misión de la radio pública en Polonia.
- María Elena Gutiérrez. Universidad Panamericana Guadalajara. México.** La Industria Mediática Mexicana. Análisis estratégicos y financieros.

Sala 2 – Sesión 16
LAMMA. INDUSTRIAS DE MEDIOS. PAÍSES

- Aldo van Weezel, Cristóbal Benavides y María José Necochea, Universidad de los Andes. Chile.** Estudio sobre la creatividad en los medios de comunicación chilenos.
- Gunnar Zapata Zurita. Universidad Mayor de San Simón. Bolivia.** La Gestión de los Medios de Comunicación en Bolivia: Del Manejo Artesanal a la Propuesta Constructiva.
- Daniel López Jiménez, Iván Fernando Rodrigo Mendizábal, María Graciela Crespo Ponce, Bernarda Ortiz Ribadeneira, Irene Váscone Dávalos, Carolina Mitau Caride, Johanna Castillo Guzmán y Nadia Dávila Zabala. Universidad de Los Hemisferios. Ecuador.** Los medios en Ecuador: entre la incertidumbre la propiedad y la libertad.
- Mauricio Vera. Universidad Externado. Colombia.** Caracterización de las empresas informativas /industrias culturales en el eje cafetero, Colombia.
- Juan David Parra Orozco. Universidad Central. Colombia.** La Gestión de los Contenidos Locales en el Contexto Global.

- 13:00-14:30 **ALMUERZO EN LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA**
- 15:00-16:15 **PRIMER PARTIDO DE FÚTBOL INTERNACIONAL: EMMA VS. LAMMA**
- 16:30-19:00 **VISITA A LA CATEDRAL DE SAL DE ZIPAQUIRÁ**
- 19:00-22:00 **CENA DE CIERRE. RESTAURANTE LA BAGATELLA DEL CAMPO-CHÍA**

DOMINGO JUNIO 6
PROGRAMA SOCIAL. VISITA A VILLA DE LEYVA (BOYACÁ).

INFO: www.worldmediaemc.com e-mail: 9wmemc@unisabana.edu.co
Call Center: 861 55 55/ 861 66 66 Ext. 1936 - 1948



World Media Economics
and Management
Conference