



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2018/19
Subject (*)	Forecasting Market Needs: Analysis of Repositories and Schedules		Code	616531021
Study programme	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	2nd four-month period	First	Optional	3
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Arrojo Baliña, María José	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es	
Lecturers	Arrojo Baliña, María José	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es	
Web				
General description				

Study programme competences

Code	Study programme competences
A8	CE8. Encontrar medios de financiación para proyectos comunicativos de informativos o de entretenimiento
A13	CE13 - Profundizar en el análisis de los productos periodísticos y de entretenimiento desde una perspectiva práctica e internacional
A14	CE14 - Adquirir las habilidades y aptitudes necesarias para entender las interdependencias de la comunicación digital
A20	CE20 - Conocer las responsabilidades de un productor ejecutivo en un proyecto de entrete
B2	CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences		
-La materia tiene como objetivo que el alumno comprenda la figura del productor ejecutivo de obras audiovisuales como promotor del proyecto, responsable de la producción y gestión de la obra como empresario creativo.	AJ13 AJ14 AJ20		
-El alumno conocerá las tareas y herramientas del productor ejecutivo desde la generación o adquisición de una idea hasta la distribución, programación y exhibición de la obra.	AJ8	BJ2	

Contents

Topic	Sub-topic
-Producción cualitativa.	
-Creación de marca.	Lanzamiento de un título: -Estrategia de lanzamiento. -Fecha y estrategia -Posicionamiento -Herramientas de venta -Prensa y comunicación -Planificación de medios -Acciones especiales -El día después



-Cine I.	Búsqueda de proyectos en el cine -Proyectos nacionales -Proyectos internacionales Festivales y mercados -Preparación del festival: pre-, festival y post-. Decisiones de compra
-Cine II.	
-Cine III.	
-Entretenimiento.	El entretenimiento en España: Evolución de los concursos en España Aprendamos a hacer un concurso Algunos ejemplos a estudiar: - Concursos o ¿Quién quiere ser millonario? o Pasapalabra - Emotainment o Volverte a ver - Make over o Cámbiame - Telerealties o Ven a cenar conmigo - Programas especiales o Campanadas
-Formatos.	
-Animación.	Producción de Animación: ? Películas de Animación: OSCAR y GOYA ? Cartoon movies ? Diferencias fundamentales entre producir animación e imagen real ? Incremento de las técnicas de animación en el cine de ficción: ejemplos. ? Presupuestos. ? Financiación. ? Las televisiones, compañeras imprescindibles.
-Márketing audiovisual.	Mercados: -Miptv -Mipcom -Napte

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student's personal work hours	Total hours
Laboratory practice	B2	6	30	36
Case study	A13 A14	3	9	12
Multiple-choice questions	A20	2	12	14
Seminar	A8 A13 A20	10	3	13
Personalized attention		0		0
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Laboratory practice	Práctica de realización de un casting para un programa de entretenimiento de telerrealidad.



Case study	Productor ejecutivos exponen el día de la profesión audiovisual con sus éxitos y sus fracasos.
Multiple-choice questions	Respuesta por parte de los alumnos de un cuestionario tipo test sobre los conceptos elementales de la asignatura.
Seminar	Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura

Personalized attention	
Methodologies	Description
Laboratory practice Case study Multiple-choice questions	La atención personalizada que se describe para estas metodologías se concibe como momentos de trabajo presencial con el profesor para la atención y seguimiento del trabajo realizado por cada alumno. Implican una participación obligatoria para el alumnado. La forma y el momento en que se desenvolverá se indicará en relación a cada actividad a lo largo del curso según el plan de trabajo de la materia.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Laboratory practice	B2	Práctica de realización de un casting para un programa de entretenimiento de telerrealidad: defensa de ideas, puesta en común dentro del grupo y exposición a la clase.	20
Multiple-choice questions	A20	La prueba tipo test corresponde al examen final sobre evaluación de los contenidos teóricos de la materia. Consistirá en dar respuesta a varias cuestiones de carácter comprensivo que implicarán un tratamiento global e integrado de los contenidos teóricos abordados a lo largo del curso.	80

Assessment comments

Sources of information	
Basic	- TOM PETERS (). NUEVAS ORGANIZACIONES EN TIEMPOS DE CAOS. DEUSTO - JOSE M^a GASALLA (). LA NUEVA DIRECCIÓN DE PERSONAS. PIRAMIDE - JOHN SCULLEY (). DE PEPSI A APPLE. - MICHAEL PORTER (). ESTRATEGIA COMPETITIVA. CECSA-MÉXICO.FREE PRESS-USA - Lorenzo Díaz (). INFORME SOBRE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA. (1989-1998).. Ediciones B - (). LA NUEVA ERA DE LA TELEVISIÓN. Academia de Televisión (ATV) - Gloria Saló y Olga Flórez (). ¿QUÉ ES ESO DEL FORMATO?. Gedisa - Federico Fdez. Díez (). LA DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN PROPIA PARA CINE Y TV. Paidós
Complementary	

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Subjects that continue the syllabus
Other comments



(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.