



Guía Docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Previsión de Necesidades do Mercado: Análise de Repositorios e Programacións	Código	616531021	
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	3
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Profesorado	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Web				
Descrición xeral				

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
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

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe			Competencias / Resultados do título
-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.	AP13		
	AP14		
	AP20		
-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.	AP8	BP2	

Contidos	
Temas	Subtemas
-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 - Telerealities 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

Planificación

Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Prácticas de laboratorio	B2	6	30	36
Estudo de casos	A13 A14	3	9	12
Proba de resposta múltiple	A20	2	12	14
Seminario	A8 A13 A20	10	3	13
Atención personalizada		0		0

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías

Metodoloxías	Descrición
--------------	------------



Prácticas de laboratorio	Práctica de realización de un casting para un programa de entretenimiento de telerrealidad.
Estudo de casos	Productor ejecutivos exponen el día de la profesión audiovisual con sus éxitos y sus fracasos.
Proba de resposta múltiple	Respuesta por parte de los alumnos de un cuestionario tipo test sobre los conceptos elementales de la asignatura.
Seminario	Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio Estudo de casos Proba de resposta múltiple	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.

Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Prácticas de laboratorio	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
Proba de resposta múltiple	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

Observacións avaliación

--

Fontes de información

Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"> - TOM PETERS (). NUEVAS ORGANIZACIONES EN TIEMPOS DE CAOS. DEUSTO - JOSE Mª 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
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomienda ter cursado previamente
Materias que se recomienda cursar simultaneamente
Materias que continúan o temario
Observacións



(*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías