



Guía docente

Guía docente				
Datos Identificativos			2019/20	
Asignatura (*)	Previsión de Necesidades del Mercado: Análisis de Repositorios y Programaciones		Código	616531021
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descriptor				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Optativa	3
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Arrojo Baliña, María José		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es
Profesorado	Arrojo Baliña, María José		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es
Web				
Descripción general	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. 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.			

Competencias del título

Código	Competencias del 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 de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
-Conocimiento de 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	

Contenidos

Tema	Subtema
-Producción cualitativa.	1. La cultura cualitativa. 2. El talento. 3. El sistema. 4. El producto.
-Creación de marca.	1. De la marca a los contenidos audiovisuales 2. La importancia de la comunicación 3. Posicionamiento de la marca en el entorno digital
-Cine I.	1. El cine comercial 2. Selección de mercados 3. Revisión de casos de éxito



-Cine II.	1. El cine de autor 2. Selección de festivales 3. Revisión de casos de éxito
-Cine III.	1. Financiación local con la posibilidad de la financiación internacional. Temas locales vs temas universales. 2. Coproducción nacional e internacional. 3. Hacer no ficción como paso previo a la producción de ficción. 4. Nuevos realizadores.
-Entretenimiento.	1. La telerealidad: - La vida real en la tele. - Nuestras emociones a través de otros. - Los perfiles más buscados. 2. Los castings: - Cada género una búsqueda. - Especialidad profesional. 3. Los programas especiales: - La búsqueda de comunicación. - Fechas especiales. - Campanadas fin de año. Todos a una.
-Formatos.	1. GRAN HERMANO// ¿QUIEN QUIERE SER MILLONARIO?: el gran cambio. 2. Los concursos 2.1. ¿Cómo se hace un concurso? Factores clave. 2.2. Los concursantes héroes de los espectadores. 2.3. El Quiz Show. Un género paralelo a la historia de la televisión. 2.4. El Game un clásico que vuelve. 2.5. El Guessing game. Nuevo género. 3. El Emotainment: - La televisión es emoción. - Las historias de la vida. - Los protagonistas. - Las búsquedas. 4. Los programas de aventura: - "Volando Voy". - "Planeta Calleja". - Un comunicador: Jesús Calleja. - El famosos como reclamo. 5. El cooking show: - La cocina como género. - Las recetas. - El plan de trabajo. Un planteamiento diferente. - El espectador aprende.
-Animación.	1. Películas de Animación: OSCAR y GOYA. 2. Diferencias fundamentales entre producir animación e imagen real. 3. Incremento de las técnicas de animación en el cine de ficción: ejemplos. 4. Presupuestos. 5. Financiación. 6. Las televisiones, compañeras imprescindibles. 7. El mercado internacional como objetivo.



Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas no presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Prácticas de laboratorio	B2	6	30	36
Estudio de casos	A13 A14	3	24	27
Seminario	A8 A13 A20	12	0	12
Atención personalizada		0		0
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Práctica de realización de un casting para un programa de entretenimento de telerrealidad.
Estudio de casos	Productor executivos exponen el día de la profesión audiovisual con sus éxitos y sus fracasos.
Seminario	Clases presenciais con profesionais de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	A atención personalizada que se describe para estas metodoloxías concíbese como momentos de traballo presencial co profesor para a atención e seguimento do traballo realizado por cada alumno. Implican unha participación obrigatoria para o alumnado. A forma e o momento en que se desenvolverá indicárase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materia.
Estudio de casos	

Evaluación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Calificación
Prácticas de laboratorio	B2	En relación con las prácticas de laboratorio se valorará: - El tratamento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La adecuación metodolóxica de las propostas de traballo. - La profundidade do contido.	100

Observacións avaliación

Fuentes de información	
Básica	- 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 - TOM PETERS ??NUEVAS ORGANIZACIONES EN TIEMPOS DE CAOS ? EDIT ? DEUSTOJOSE Mª GASALLA ??LA NUEVA DIRECCIÓN DE PERSONAS? MARCO PARADOJICO DEL TALENTO DIRECTIVO.EDIT. ?PIRAMIDE.BRANDON TARTIKOFF ? ?THE LAST GREAT RIDE? EDIT ?TOURTLER BAY BOOKSJOHN SCULLEY ? ?DE PEPSI A APPLE?SPENCER JONSON,MD :?QUIEN SE HA LLEVADO MI QUESO?. EDIT. EMPRESA - ACTIVA.KARL ALBRECHT . ? LA INTELIGENCIA SOCIAL? EDIT.VERGARA MICHAEL PORTER ??ESTRATEGIA - COMPETITIVA?. EDIT ?CECSA-MÉXICO.FREE PRESS-USA JOSE CARLOS JARILLO ??DIRECCIÓN - ESTRATÉGICA? .EDIT ?MCGRAW HILL TOM PETERS ??EL CIRCULO DE LA INNOVACIÓN?. EDIT.COLECCIÓN - REVISTA NEGOCIOS TOM PETERS ??RE ? IMAGINA?.LA EXPERIENCIA EMPRESARIAL EN UNA ERA - PERTURBADORA.EDIT -PEARSON
Complementaria	



Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías