



| Guía Docente              |   |              |                           |                          |
|---------------------------|---|--------------|---------------------------|--------------------------|
| Datos Identificativos     |   |              |                           | 2020/21                  |
| <b>Asignatura (*)</b>     | Previsión de Necesidades do Mercado: Análise de Repositorios e Programacións  |              | <b>Código</b>             | 616531021                |
| <b>Titulación</b>         |   |              |                           |                          |
| Descritores               |   |              |                           |                          |
| <b>Ciclo</b>              | <b>Período</b>  | <b>Curso</b> | <b>Tipo</b>               | <b>Créditos</b>          |
| Mestrado Oficial          | 2º cuadrimestre   | Primeiro     | Optativa                  | 3                        |
| <b>Idioma</b>             | Castelán  |              |                           |                          |
| <b>Modalidade docente</b> | Presencial  |              |                           |                          |
| <b>Prerrequisitos</b>     |   |              |                           |                          |
| <b>Departamento</b>       | Departamento profesorado máster Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación   |              |                           |                          |
| <b>Coordinación</b>       | Arrojo Baliña, María José   |              | <b>Correo electrónico</b> | maria.jose.arrojo@udc.es |
| <b>Profesorado</b>        | Arrojo Baliña, María José<br>Catalá Amilivia, Elena<br>Flórez García, Olga<br>Loureiro Vilarelle, María C.<br>Lustres Gómez, Emma<br>Revaldería Reija, Pedro<br>Romeo González, Luisa María<br>Sedes Prego, Carlos  |              | <b>Correo electrónico</b> | maria.jose.arrojo@udc.es |
| <b>Web</b>                |   |              |                           |                          |
| <b>Descrición xeral</b>   | A materia ten como obxectivo que o alumno comprenda a figura do produtor executivo de obras audiovisuais como promotor do proxecto, responsable da produción e xestión da obra como empresario creativo. O alumno coñecerá as tarefas e ferramentas do produtor executivo desde a xeración ou adquisición dunha idea ata a distribución, programación e exhibición da obra. |              |                           |                          |



|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Plan de continxencia</b> | <p>1. Modificacións nos contidos</p> <p>Non se realizarán cambios</p> <p>2. Metodoloxías</p> <p>*Metodoloxías docentes que se manteñen</p> <p>? Prácticas de laboratorio (poden facerse online, con atención personalizada, computa na avaliación)</p> <p>? Seminarios con profesionais</p> <p>- Estudo de casos (con atención personalizada. Computa na aviación)</p> <p>Metodoloxías docentes que se modifican</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado</p> <p>- Correo electrónico: Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuais para resolver dúbidas e facer o seguimento dos traballos tutelados.</p> <p>- Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia.</p> <p>- Teams: esta plataforma utilizarase para as clases maxistras, os seminarios con profesionais, segundo o horario establecido, e para o seguimento e apoio na realización dos traballos tutelados e prácticas en laboratorio. Esta dinámica permite facer un seguimento normalizado e axustado ás necesidades da aprendizaxe do alumando para desenvolver o traballo da materia. A través de Teams os alumnos tamén poden trasladar consultas.</p> <p>4. Modificacións na avaliación</p> <p>Observacións de avaliación:</p> <p>Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que:</p> <p>- As referencias ao cómputo da asistencia, que só se realizará respecto das sesións que houbo presenciais ata o momento no que se suspendeu a actividade presencial.</p> <p>REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asistir e participar regularmente nas actividades da clase.</li> <li>2. Obter unha puntuación do 50% do peso de cada unha das partes obxecto de avaliación</li> <li>3. Entregar e expoñer os traballos tutelados na data que se indique.</li> <li>4. A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios ca de xuño.</li> </ol> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía</p> <p>- Non se realizarán cambios</p> |
|-----------------------------|---|

| Competencias do título |                        |
|------------------------|------------------------|
| Código                 | Competencias do título |

| Resultados da aprendizaxe   |                        |     |  |
|---|------------------------|-----|--|
| Resultados de aprendizaxe   | Competencias do título |     |  |
| -Coñecemento da figura do produtor executivo de obras audiovisuais como promotor do proxecto, responsable da produción e xestión da obra como empresario creativo.  | AP13                   |     |  |
|   | AP14                   |     |  |
|   | AP20                   |     |  |
| -O alumno coñecerá as tarefas e ferramentas do produtor executivo desde a xeración ou adquisición dunha idea ata a distribución, programación e exhibición da obra. | AP8                    | BP2 |  |

| Contidos |          |
|----------|----------|
| Temas    | Subtemas |



|                          |  |
|--------------------------|--|
| -Producción cualitativa. | <ol style="list-style-type: none"><li>1. A cultura cualitativa.</li><li>2. O talento.</li><li>3. O sistema.</li><li>4. O produto.</li></ol>  |
| -Creación de marca.      | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Un día na división de antena</li><li>2. Elaboración da grella:<ol style="list-style-type: none"><li>2.1. A audiencia</li><li>2.2. O orzamento</li><li>2.3. O catálogo</li><li>2.4. A competencia</li><li>2.5. A xestión das canles propias</li><li>2.6. A empaginación publicitaria</li><li>2.7. A lexislación</li></ol></li><li>3. Mediaset España: Universo en 360º</li></ol>   |
| -Cinema I.               | <ol style="list-style-type: none"><li>1. O cinema comercial</li><li>2. Selección de mercados</li><li>3. Revisión de casos de éxito</li></ol>   |
| -Cinema II.              | <ol style="list-style-type: none"><li>1. O cinema de autor</li><li>2. Selección de festivais</li><li>3. Revisión de casos de éxito</li></ol>   |
| -Cinema III.             | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Financiamento local coa posibilidade do financiamento internacional. Temas locais vs temas universais.</li><li>2. Coprodución nacional e internacional.</li><li>3. Facer non ficción como paso previo á produción de ficción.</li><li>4. Novos realizadores.</li></ol>  |
| -Entretemento.           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. A telerealidade:<ul style="list-style-type: none"><li>- A vida real na tele.</li><li>- As nosas emocións a través doutros.</li><li>- Os perfís máis buscados.</li></ul></li><li>2. Os castings:<ul style="list-style-type: none"><li>- Cada xénero unha procura.</li><li>- Especialidade profesional.</li></ul></li><li>3. Os programas especiais:<ul style="list-style-type: none"><li>- A procura de comunicación.</li><li>- Datas especiais.</li><li>- Badaladas fin de ano. Todos a un tempo.</li></ul></li></ol> |



|             |   |
|-------------|---|
| -Formatos.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. GRAN HERMANO// QUIÉN QUIERE SER MILLONARIO?: o gran cambio.</li> <li>2. Os concursos:             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 O Quiz Show. Un xénero paralelo á historia da televisión.</li> <li>2.2 O Game un clásico que volve.</li> <li>2.3 O Guessing game. Novo xénero: ?O concurso do ano?, ? Bet on your talent?.</li> <li>2.4 Como se fai un concurso?: Factores crave.</li> <li>2.5 Os concursantes heroes dos espectadores.</li> <li>2.6 ?Boom? as claves levadas ao extremo.</li> </ol> </li> <li>3. O Emotainment:             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 A televisión é emoción.</li> <li>3.2 As historias da vida.</li> <li>3.3 Os protagonistas.</li> <li>3.4 As procuras.</li> </ol> </li> <li>4. Os programas de aventura:             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 "Volando Voy".</li> <li>4.2 "Planeta Calleja".</li> <li>4.3 Un comunicador: Jesús Calleja.</li> <li>4.4 O famosos como reclamo.</li> </ol> </li> <li>5. O cooking show:             <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1 A cociña como xénero.</li> <li>5.2 As receitas.</li> <li>5.3 O plan de traballo. Unha formulación diferente.</li> <li>5.4 O espectador aprende.</li> </ol> </li> </ol> |
| -Animación. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Películas de Animación: ÓSCAR e GOYA.</li> <li>2. Diferenzas fundamentais entre producir animación e imaxe real.</li> <li>3. Incremento das técnicas de animación no cinema de ficción: exemplos.</li> <li>4. Orzamentos.</li> <li>5. Financiamento.</li> <li>6. As televisións, compañeiras imprescindibles.</li> <li>7. O mercado internacional como obxectivo.</li> </ol>  |

| Planificación            |              |                   |   |              |
|--------------------------|--------------|-------------------|---|--------------|
| Metodoloxías / probas    | Competencias | Horas presenciais | Horas non presenciais / traballo autónomo | Horas totais |
| Prácticas de laboratorio | B2           | 4                 | 36  | 40           |
| Estudo de casos          | A13 A14      | 2                 | 16  | 18           |
| Seminario                | A8 A13 A20   | 15                | 2   | 17           |
| 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 dun casting para un programa de entretemento de telerrealidade.                                    |
| Estudo de casos          | Produtores executivos expoñen o día da profesión audiovisual cos seus éxitos e os seus fracasos.                           |
| Seminario                | Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia |



## Atención personalizada

| Metodoloxías                                | Descrición  |
|---|---|
| Prácticas de laboratorio<br>Estudo de casos | 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. |

## Avaliación

| Metodoloxías             | Competencias | Descrición   | Cualificación |
|--------------------------|--------------|--|---------------|
| Prácticas de laboratorio | B2           | En relación coas prácticas de laboratorio valorárase:<br>- O manexo das ferramentas informáticas explicadas en clase.<br>- O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar.<br>- A adecuación metodolóxica das propostas de traballo.<br>- A profundidade do contido. | 100           |

## Observacións avaliación

|  |
|--|
|  |
|--|

## Fontes de información

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Bibliografía básica</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lorenzo Díaz (). Informe sobre la televisión en España. (1989-1998).. Ediciones B</li> <li>- (). La nueva era de la televisión. Academia de Televisión (ATV)</li> <li>- Gloria Saló y Olga Flórez (). ¿Qué es eso del formato?. Gedisa</li> <li>- Federico Fdez. Díez (). La dirección de producción propia para cine y TV. Paidós</li> <li>Peters, Tom. Nuevas organizaciones en tiempos de caos. Ed. Deusto. Gasalla, José M<sup>a</sup>. La nueva dirección de personas. Marco paradójico del talento directivo. Ed. Pirámide. Tartikoff, Brandon. The last great ride. Ed. Turtle bay books</li> <li>Sculley, John. De Pepsi a Apple Spencer Jonson, MD. Quién se ha llevado mi queso. Ed. Empresa Activa. Albrecht, Karl. La inteligencia social. Ed. Vergara. Porter, Michael. Estrategia competitiva. Ed. Cecsca. México. Free Press. USA. Jarillo, José Carlos. Dirección estratégica. Ed. MCGRAW HILL</li> <li>Peters, Tom. El Círculo de la innovación. Ed. Colección Revista Negocios. Peters, Tom. Re-Imagina. La experiencia empresarial en una era perturbadora. Ed. Pearson.</li> </ul> |
| <b>Bibliografía complementaria</b> |   |

## Recomendacións

|  |
|--|
| <b>Materias que se recomenda ter cursado previamente</b> |
|  |
| <b>Materias que se recomenda cursar simultaneamente</b>  |
|  |
| <b>Materias que continúan o temario</b>                  |
|  |
| <b>Observacións</b>                                      |
|  |

(\*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