



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Previsión de Necesidades do Mercado: Análise de Repositorios e Programacións	Código	616531021	
Titulación	Máster Universitario en Produción Xornalística e Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuadrimestre	Primeiro	Optativa	3
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Departamento profesorado máster Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Profesorado	Arrojo Baliña, María José Catalá Amilivia, Elena Flórez García, Olga Loureiro Vilarelle, María C. Lustres Gómez, Emma Revaldería Reija, Pedro Romeo González, Luisa María Sedes Prego, Carlos	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Web				
Descrición xeral	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.			



Plan de continxencia	<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"> 1. Asistir e participar regularmente nas actividades da clase. 2. Obter unha puntuación do 50% do peso de cada unha das partes obxecto de avaliación 3. Entregar e expoñer os traballos tutelados na data que se indique. 4. A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios ca de xuño. <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía</p> <p>- Non se realizarán cambios</p>
-----------------------------	---

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A8	CE8. Encontrar medios de financiación para proxectos comunicativos de informativos o de entretemiento
A13	CE13 - Profundizar en el análisis de los productos periodísticos y de entretemiento 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 proxecto 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



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



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

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas 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 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 / Resultados	Descrición	Cualificación
Prácticas de laboratorio	B2	En relación coas prácticas de laboratorio valorárase: - O manexo das ferramentas informáticas explicadas en clase. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido.	100

Observacións avaliación

--

Fontes de información

Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"> - 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 Peters, Tom. Nuevas organizaciones en tiempos de caos. Ed. Deusto. Gasalla, José M^a. La nueva dirección de personas. Marco paradójico del talento directivo. Ed. Pirámide. Tartikoff, Brandon. The last great ride. Ed. Tourtle bay books Sculley, John. De Pepsi a Apple Spencer Jonson, MD. Quién se ha llevado mi queso. Ed. Empresa Activa. Albretch, Karl. La inteligencia social. Ed. Vergara. Porter, Michael. Estrategia competitiva. Ed. Cecsca. México. Free Press. USA. Jarillo, José Carlos. Dirección estratégica. Ed. MCGRAW HILL Peters, Tom. El Círculo de la innovación. Ed. Colección Revista Negocios. Peters, Tom. Re-Imagina. La experiencia empresarial en una era perturbadora. Ed. Pearson.
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente
Materias que se recomenda 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