



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>	Máster Universitario en Produción Xornalística e Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
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 Catalá Amilivia, Elena Flórez García, Olga Loureiro Vilarelle, María C. Lustres Gómez, Emma Revaldería Reija, Pedro Romeo González, Luisa María 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 / 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 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



-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"> <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 / 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

<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.</li> <li>Gasalla, José M<sup>a</sup>. La nueva dirección de personas. Marco paradójico del talento directivo. Ed. Pirámide.</li> <li>Tartikoff, Brandon. The last great ride. Ed. Tourtle bay books</li> <li>Sculley, John. De Pepsi a Apple</li> <li>Spencer Jonson, MD. Quién se ha llevado mi queso. Ed. Empresa Activa.</li> <li>Albretch, Karl. La inteligencia social. Ed. Vergara.</li> <li>Porter, Michael. Estrategia competitiva. Ed. Cecsca. México. Free Press. USA.</li> <li>Jarillo, José Carlos. Dirección estratégica. Ed. MCGRAW HILL</li> <li>Peters, Tom. El Círculo de la innovación. Ed. Colección Revista Negocios.</li> <li>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