



Guía docente

Guía docente				
Datos Identificativos				2018/19
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				

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		
-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	

Contenidos

Tema	Subtema
-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 - Telereality 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.
-Marketing audiovisual.	Mercados: -Miptv -Mipcom -Napte

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Prácticas de laboratorio	B2	6	30	36
Estudio de casos	A13 A14	3	9	12
Prueba de respuesta múltiple	A20	2	12	14
Seminario	A8 A13 A20	10	3	13
Atención personalizada		0		0
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción



Prácticas de laboratorio	Práctica de realización de un casting para un programa de entretenimiento de telerrealidad.
Estudio de casos	Productor ejecutivos exponen el día de la profesión audiovisual con sus éxitos y sus fracasos.
Prueba de respuesta 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	
Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio Estudio de casos Prueba de respuesta 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.

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
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
Prueba de respuesta 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

Observaciones evaluación

Fuentes de información	
Básica	- 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
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