| Teaching Guide | | | |
|---|---|---|---|
| Identifying Data | | | 2018/19 |
| Subject (*) | Forecasting Market Needs: Analysis of Repositories and Schedules | Code | 616531021 |
| Study programme | Máster Universitario en Produción Xornalística e Audiovisual | | |

| Descriptors | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Cycle | Period | Year | Type | Credits |
| Official Master's Degree | 2nd four-month period | First | Optional | 3 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Language | Spanish | | |
| Teaching method | Face-to-face | | |
| Prerequisites | | | |
| Department | HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación | | |
| Coordinador | Arrojo Baliña, María José | E-mail | maria.jose.arrojo@udc.es |
| Lecturers | Arrojo Baliña, María José | E-mail | maria.jose.arrojo@udc.es |
| Web | | | |
| General description | | | |

| Study programme competences | |
|---|---|
| Code | Study programme competences |
| 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 |

| Learning outcomes | | | |
|---|---|---|---|
| Learning outcomes | Study programme competences | | |
| -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. | AJ13<br>AJ14<br>AJ20 | | |
| -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. | AJ8 | BJ2 | |

| Contents | |
|---|---|
| Topic | Sub-topic |
| -Producción cualitativa. | |
| -Creación de marca. | Lanzamiento de un título:<br>-Estrategia de lanzamiento.<br>-Fecha y estrategia<br>-Posicionamiento<br>-Herramientas de venta<br>-Prensa y comunicación<br>-Planificación de medios<br>-Acciones especiales<br>-El día después |

| | |
|---|---|
| -Cine I. | Búsqueda de proyectos en el cine<br>-Proyectos nacionales<br>-Proyectos internacionales<br>Festivales y mercados<br>-Preparación del festival: pre-, festival y post-.<br>Decisiones de compra |
| -Cine II. | |
| -Cine III. | |
| -Entretenimiento. | El entretenimiento en España:<br>Evolución de los concursos en España<br>Aprendamos a hacer un concurso<br>Algunos ejemplos a estudiar:<br>- Concursos<br>o ¿Quién quiere ser millonario?<br>o Pasapalabra<br>- Emotainment<br>o Volverte a ver<br>- Make over<br>o Cámbiame<br>- Telerealities<br>o Ven a cenar conmigo<br>- Programas especiales<br>o Campanadas |
| -Formatos. | |
| -Animación. | Producción de Animación:<br>? Películas de Animación: OSCAR y GOYA<br>? Cartoon movies<br>? Diferencias fundamentales entre producir animación e imagen real<br>? Incremento de las técnicas de animación en el cine de ficción: ejemplos.<br>? Presupuestos.<br>? Financiación.<br>? Las televisiones, compañeras imprescindibles. |
| -Márketing audiovisual. | Mercados:<br>-Miptv<br>-Mipcom<br>-Napte |

| Planning | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Methodologies / tests | Competencies | Ordinary class hours | Student?s personal work hours | Total hours |
| Laboratory practice | B2 | 6 | 30 | 36 |
| Case study | A13 A14 | 3 | 9 | 12 |
| Multiple-choice questions | A20 | 2 | 12 | 14 |
| Seminar | A8 A13 A20 | 10 | 3 | 13 |
| Personalized attention | | 0 | | 0 |
| (*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students. | | | | |

| Methodologies | |
|---|---|
| Methodologies | Description |
| Laboratory practice | Práctica de realización de un casting para un programa de entretenimiento de telerrealidad. |

| | |
|---|---|
| Case study | Productor ejecutivos exponen el día de la profesión audiovisual con sus éxitos y sus fracasos. |
| Multiple-choice questions | Respuesta por parte de los alumnos de un cuestionario tipo test sobre los conceptos elementales de la asignatura. |
| Seminar | Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura |

| Personalized attention | |
|---|---|
| **Methodologies** | **Description** |
| Laboratory practice<br>Case study<br>Multiple-choice questions | 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. |

| Assessment | | | |
|---|---|---|---|
| **Methodologies** | **Competencies** | **Description** | **Qualification** |
| Laboratory practice | 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 |
| Multiple-choice questions | 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 |

| Assessment comments |
|---|
| |

| Sources of information | |
|---|---|
| **Basic** | - TOM PETERS (). NUEVAS ORGANIZACIONES EN TIEMPOS DE CAOS. DEUSTO<br>- JOSE Mª GASALLA (). LA NUEVA DIRECCIÓN DE PERSONAS. PIRAMIDE<br>- JOHN SCULLEY (). DE PEPSI A APPLE.<br>- MICHAEL PORTER (). ESTRATEGIA COMPETITIVA. CECSA-MÉXICO.FREE PRESS-USA<br>- Lorenzo Díaz (). INFORME SOBRE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA. (1989-1998).. Ediciones B<br>- (). LA NUEVA ERA DE LA TELEVISIÓN. Academia de Televisión (ATV)<br>- Gloria Saló y Olga Flórez (). ¿QUÉ ES ESO DEL FORMATO?. Gedisa<br>- Federico Fdez. Díez (). LA DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN PROPIA PARA CINE Y TV. Paidós |
| **Complementary** | |

| Recommendations |
|---|
| **Subjects that it is recommended to have taken before** |
| |
| **Subjects that are recommended to be taken simultaneously** |
| |
| **Subjects that continue the syllabus** |
| |
| **Other comments** |
| |

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.