



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2019/20
Subject (*)	Forecasting Market Needs: Analysis of Repositories and Schedules		Code	616531021
Study programme	Máster Universitario en Producción 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	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.			

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		
-Coñecemento da figura do produtor executivo de obras audiovisuais como promotor do proxecto, responsable da produción e xestión da obra como empresario creativo.	AJ13		
	AJ14		
	AJ20		
-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.	AJ8	BJ2	

Contents

Topic	Sub-topic
-Producción cualitativa.	1. A cultura cualitativa. 2. O talento. 3. O sistema. 4. O produto.
-Creación de marca.	1. Da marca aos contidos audiovisuais 2. A importancia da comunicación 3. Posicionamento da marca na contorna dixital
-Cinema I.	1. O cinema comercial 2. Selección de mercados 3. Revisión de casos de éxito



-Cinema II.	1. O cinema de autor 2. Selección de festivais 3. Revisión de casos de éxito
-Cinema III.	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.	1. A telerealidade: - A vida real na tele. - As nosas emocións a través doutros. - Os perfís máis buscados. 2. Os castings: - Cada xénero unha procura. - Especialidade profesional. 3. Os programas especiais: - A procura de comunicación. - Datas especiais. - Badaladas fin de ano. Todos a un tempo.
-Formatos.	1. GRAN HERMANO// QUIÉN QUIERE SER MILLONARIO?: o gran cambio. 2. Os concursos: 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 cruce. 2.5 Os concursantes heroes dos espectadores. 2.6 ?Boom? as claves levadas ao extremo. 3. O Emotainment: 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: 4.1 "Volando Voy";. 4.2 "Planeta Calleja";. 4.3 Un comunicador: Jesús Calleja. 4.4 O famosos como reclamo. 5. O cooking show: 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.	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.



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	24	27
Seminar	A8 A13 A20	12	0	12
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 dun casting para un programa de entretemento de telerrealidade.
Case study	Produtores executivos expoñen o día da profesión audiovisual cos seus éxitos e os seus fracasos.
Seminar	Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia

Personalized attention

Methodologies	Description
Laboratory practice	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.
Case study	

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Laboratory practice	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

Assessment comments

--

Sources of information

Basic	- 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 - TOM PETERS ??NUEVAS ORGANIZACIONES EN TIEMPOS DE CAOS ? EDIT ? DEUSTOJOSE Mª GASALLA ??LA NUEVA DIRECCIÓN DE PERSONAS? MARCO PARADOJICO DEL TALENTO DIRECTIVO.EDIT. ?PIRAMIDE.BRANDON TARTIKOFF ? ?THE LAST GREAT RIDE? EDIT ?TOURTLER BAY BOOKSJOHN SCULLEY ? ?DE PEPSI A APPLE?SPENCER JONSON,MD :?QUIEN SE HA LLEVADO MI QUESO?. EDIT. EMPRESA - ACTIVA.KARL ALBRETCH . ? LA INTELIGENCIA SOCIAL? EDIT.VERGARA MICHAEL PORTER ??ESTRATEGIA - COMPETITIVA?. EDIT ?CECSA-MÉXICO.FREE PRESS-USA JOSE CARLOS JARILLO ??DIRECCIÓN - ESTRATÉGICA? .EDIT ?MCGRAW HILL TOM PETERS ??EL CIRCULO DE LA INNOVACIÓN?. EDIT.COLECCIÓN - REVISTA NEGOCIOS TOM PETERS ??RE ? IMAGINA?.LA EXPERIENCIA EMPRESARIAL EN UNA ERA - PERTURBADORA.EDIT -PEARSON
-------	--



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.