



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Previsión de Necesidades do Mercado: Análise de Repositorios e Programacións		Código	616531021
Titulación	Máster Universitario en Produción Xornalística e Audiovisual			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	3
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es
Profesorado	Arrojo Baliña, María José		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.			

Competencias do título	
Código	Competencias do 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 da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias 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.	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 crave. 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.



Planificación

Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Prácticas de laboratorio	B2	6	30	36
Estudo de casos	A13 A14	3	24	27
Seminario	A8 A13 A20	12	0	12
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	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	- 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 ?TOURTL E 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
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