Guia docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Previsión de Necesidades del Mercado: Análisis de Repositorios y Programaciones		Código	616531021
Titulación	Máster Universitario en Produción Xornalística e Audiovisual			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Optativa	3
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Departamento profesorado másterHumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Arrojo Baliña, María José		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es
Profesorado	Arrojo Baliña, María José Catalá Amílivia, Elena Flórez García, Olga Loureiro Vilarelle, Maria C. Lustres Gómez, Emma Revaldería Reija, Pedro Romeo González, Luisa María Sedes Prego, Carlos		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es
Web				
Descripción general	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. 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.			

Plan de contingencia	1. Modificaciones en los contenidos No se realizarán cambios 2. Metodologías Metodologías docentes que se mantienen ? Seminarios profesionales ? Estudio de casos (con atención personalizada, computa en la evaluación) ? Práctica en laboratorio (pueden realizarse online con atención personalizada, computa en la evaluación) Metodologías docentes que se modifican 3. Mecanismos de atención personalizada al alumnado ? Correo electrónico: Diariamente. De uso para hacer consultas, solicitar encuentros virtuales para resolver dudas y hacer el seguimiento de los trabajos tutelados. - Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia. ? Teams: esta plataforma se utilizará para las clases magistrales, los seminarios con profesionales, según el horario establecido, y para el seguimiento y apoyo en la realización de las ?prácticas en laboratorio y análisis de casos?. Esta dinámica permite hacer un seguimiento normalizado y ajustado a las necesidades del aprendizaje del alumando para desarrollar el trabajo de la materia. A través de Teams los alumnos también pueden trasladar consultas. 4. Modificaciones en la evaluación Observaciones de evaluación: Se mantienen las mismas que figuran en la guía docente, excepto que: ? Las referencias al cómputo de la asistencia, que solo se realizará respeto de las sesiones que hubo presenciales hasta el momento en el que se suspendió la actividad presencial. REQUISITOS PARA SUPERAR LA MATERIA: 1. Asistir y participar regularmente en las actividades de la clase. 2. Obtener una puntuación del 50% del peso de cada una de las partes objeto de evaluación. 3. Entregar y exponer los trabajos tutelados en la fecha que se indique. 4. La oportunidad de julio estará sometida a los mismos criterios que la de junio. 5. Modificaciones de la bibliografía o webgrafía - No se realizarán cambios

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados 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 / Resultados del título		
-Conocimiento de 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.	1. La cultura cualitativa. 2. El talento. 3. El sistema. 4. El producto.
-Creación de marca.	1. Un día en la división de antena 2. Elaboración de la parrilla: 2.1. La audiencia 2.2. El presupuesto 2.3. El catálogo 2.4. La competencia 2.5. La gestión de los canales propios 2.6. La empaginación publicitaria 2.7. La legislación 3. Mediaset España: Universo en 360º
-Cine I.	1. El cine comercial 2. Selección de mercados 3. Revisión de casos de éxito
-Cine II.	1. El cine de autor 2. Selección de festivales 3. Revisión de casos de éxito
-Cine III.	1. Financiación local con la posibilidad de la financiación internacional. Temas locales vs temas universales. 2. Coproducción nacional e internacional. 3. Hacer no ficción como paso previo a la producción de ficción. 4. Nuevos realizadores.
-Entretenimiento.	1. La telerealidad: - La vida real en la tele. - Nuestras emociones a través de otros. - Los perfiles más buscados. 2. Los castings: - Cada género una búsqueda. - Especialidad profesional. 3. Los programas especiales: - La búsqueda de comunicación. - Fechas especiales. - Campanadas fin de año. Todos a una.

-Formatos.	1. GRAN HERMANO// ¿QUIEN QUIERE SER MILLONARIO?: el gran cambio. 2. Los concursos 2.1. ¿Cómo se hace un concurso? Factores clave. 2.2. Los concursantes héroes de los espectadores. 2.3. El Quiz Show. Un género paralelo a la historia de la televisión. 2.4. El Game un clásico que vuelve. 2.5. El Guessing game. Nuevo género. 3. El Emotaiment: - La televisión es emoción. - Las historias de la vida. - Los protagonistas. - Las búsquedas. 4. Los programas de aventura: - "Volando Voy". - "Planeta Calleja". - Un comunicador: Jesús Calleja. - El famosos como reclamo. 5. El cooking show: - La cocina como género. - Las recetas. - El plan de trabajo. Un planteamiento diferente. - El espectador aprende.
-Animación.	1. Películas de Animación: OSCAR y GOYA. 2. Diferencias fundamentales entre producir animación e imagen real. 3. Incremento de las técnicas de animación en el cine de ficción: ejemplos. 4. Presupuestos. 5. Financiación. 6. Las televisiones, compañeras imprescindibles. 7. El mercado internacional como objetivo.

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Prácticas de laboratorio	B2	4	36	40
Estudio de casos	A13 A14	2	16	18
Seminario	A8 A13 A20	15	2	17
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.
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	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 indicarase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materia.

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	**Calificación**
Prácticas de laboratorio	B2	En relación con las prácticas de laboratorio se valorará: - El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La adecuación metodológica de las propuestas de trabajo. - La profundidad del contenido.	100

Observaciones evaluación

Fuentes de información	
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 Peters, Tom. Nuevas organizaciones en tiempos de caos. Ed. Deusto.Gasalla, José Mª. La nueva dirección de personas. Marco paradójico del talento directivo. Ed. Pirámide.Tartikoff, Brandon. The last great ride. Ed. Tourtle bay books Sculley, John. De Pepsi a Apple Spencer Jonson, MD. Quién se ha llevado mi queso. Ed. Empresa Activa.Albretch, Karl. La inteligencia social. Ed. Vergara. Porter, Michael. Estrategia competitiva. Ed. Cecsa. Méxixo. Free Press. USA. Jarillo, José Carlos. Dirección estratégica. Ed. MCGRAW HILL Peters, Tom. El Círculo de la innovación. Ed. Colección Revista Negocios. Peters, Tom. Re-Imagina. La experiencia empresarial en una era perturbadora. Ed. Pearson.
Complementária	

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