Producción Audiovisual

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 08/05/2020 08:51:53**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: LIMON SERRANO, NIEVES

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : Cuatrimestre :

OBJETIVOS

Conocimiento del entorno comunicativo global y de los factores de orden socioeconómico y tecnológico que afectan directamente a la gestación, producción, comercialización y exhibición de contenidos audiovisuales.
Conocimiento de la idea general, método y proceso de trabajo de la producción audiovisual de televisión, aplicados a la información y la comunicación en general, el entretenimiento y su perspectiva de explotación multimedia, nuevos mercados y tecnologías.
Conocimiento de las competencias y habilidades propias del ejercicio de la producción ejecutiva al servicio de la creación de contenidos: la gestión del talento, la organización y el plan de trabajo, la gestión presupuestaria y la orientación a resultados de su comercialización.
Mediante la creación de talleres de trabajo en equipo - participación en equipos de proyecto de producción ejecutiva - adquisición de conocimientos orientados a la elaboración, presentación, producción y realización completa de un formato de actualidad.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. PANORAMA DE ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DE LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES (I): Tendencias de desarrollo en áreas de interés predominante: Europa, América, Asia y Oriente Medio.
2. PANORAMA DE ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DE LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES (II): Estructuras empresariales de producción
y difusión televisiva.
3. COMPETENCIAS Y HABILIDADES EN LA PRODUCCIÓN AV: Modelo de dirección integral de la factoría de ideas.
4. LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS EN EL MARCO DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA: La audiencia como regulador del mercado de contenidos.
5. MODALIDADES DE PRODUCCIÓN Y FINANCIACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES: Proceso de trabajo.
6. DISEÑO Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS TELEVISIVOS: El formato como referencia.
7. LA PREPRODUCCIÓN: Arte del diseño de la producción.
8. LA PRODUCCIÓN: El acto creativo por excelencia.
9. LA POSTPRODUCCIÓN: Una fase estratégica en la era multiplataforma y de las artes visuales.
10.ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y EXPLOTACIÓN DEL PRODUCTO: Conocimiento de los mercados, del plan estratégico y de su explotación. La imagen
de la marca, la gestión de la promoción y venta.
11. DERECHOS SOBRE OBRAS AV. Y PROPIEDAD INTELECTUAL: La gestión de derechos sobre obras audiovisuales como activos intangibles de las productoras en el marco del mercado de formatos.

La planificación semanal será implementada y ajustada según la evolución del grupo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

La asignatura desarrolla un programa amplio de conocimientos teórico- metodológicos sobre la producción y sesiones de trabajo práctico, colectivo e individual, para familiarizar a los estudiantes con las fases del proceso (formación de equipos profesionales, elaboración de un presupuesto y otros), mediante la fórmula de taller de trabajo aplicado a casos prácticos y representativos de la producción

televisiva (eventos, entretenimiento, ficción...).

Además, los estudiantes formarán equipos de proyecto de producción para elaborar y producir de forma completa, un programa de actualidad que ellos mismos elegirán conforme a la metodología propuesta por la asignatura. Para esto, dispondrán de medios técnicos (grabación, plató, postproducción) que les permitirán elaborar los materiales audiovisuales necesarios para la documentación, presentación y realización de su proyecto. En este sentido y dentro de su itinerario académico, se hace necesario que los alumnos cuenten previamente con conocimientos básicos en el ámbito de la operación de equipos audiovisuales: grabación de imágenes y sonidos en exteriores y platós de televisión, edición, etc.

Ante estas propuestas, y en el marco de la evaluación continua, la asistencia a clase de manera regular resulta imprescindible para llevar a cabo tanto el seguimiento del aprendizaje conceptual y metodológico, como de las actividades prácticas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Peso porcentual del Examen/Prueba Final:	40
Peso porcentual del resto de la evaluación:	60

El 40% de la nota final derivará de la evaluación de la correcta asimilación conceptual y de la capacidad del estudiante para aplicar dichos conceptos y métodos de trabajo a campos de experiencia práctica.

El 60% restante derivará del dominio demostrado a través de los ejercicios aplicados y actividades prácticas grupales en la elaboración y presentación de los proyectos de producción ejecutiva.

El alumno deberá tener aprobadas las dos partes para superar la asignatura.

El dominio de las normas de la lengua castellana es un requisito indispensable para superar la asignatura (corrección lingüística: puntuación, acentuación, corrección gramatical y precisión léxica).

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ARANA, Edorta Estrategias de programación televisiva, Síntesis, Madrid, 2011.

- BARDAJÍ, Javier y GÓMEZ, Santiago La gestión de la creatividad en televisión. El caso de Globo Media, Eunsa, Pamplona, 2004.

- BARROSO GARCIA, Jaime Realización Audiovisual, Síntesis, Madrid, 2008.

- CURY, Iván Directing and producing for television: A format approach, Focal Press, 2010.

- CURY, Iván Directing and producing for television: A format approach, Focal Press, 2010.

- DOWD, NIEDERMAN, FRY, STEIFF Storytelling across worlds: Transmedia for creatives and producers, Focal Press, 2013.

- FERRERAS RODRÍGUEZ, José Gabriel Diseño y producción de programas en televisión, Diego Marín Librero , Murcia, 2011.

- FERRES MORALES, Dolores La contratación en el sector audiovisual, Octaedro, Barcelona, 2005.

- GORDILLO, Inmaculada Manual de narrativa televisiva, Síntesis, Madrid, 2009.

- KELLISON, Cathrine Producing for TV and new media. A real-world approach for producers, Focal Press, 2008.

- MARTINEZ ABADIA, José y FERNANDEZ DIAZ, Federico Manual del productor audiovisual, UOC, Barcelona, 2010.

- MARZAL FELICI, Javier, et. al Teoría y práctica de la producción audiovisual, Tiranc lo Blanch, Valencia, 2008.

- MORAN, Albert y MALBON, Justin Understanding the global TV format, Intellect , Bristol, 2006.

- SAINZ, Miguel El productor audiovisual, Síntesis, Madrid, 2002.

- SALÓ, Gloria ¿Qué es eso del formato? Como nace y se desarrolla un programa de televisión, Gedisa, Madrid, 2003.

- TOLEDANO, Gonzalo y VERDE, Nuria Cómo crear una serie de televisión, T & B Editores, Madrid, 2007.

- VILCHES, Lorenzo (comp.) Taller de escritura para televisión, Gedisa. Barcelona, 1999.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- AA.VV Libro Blanco del Audiovisual. Hacia una nueva política audiovisual, Écija & Asociados, Madrid, 2005.

- AA.VV Libro Blanco del Audiovisual. Cómo producir y financiar una obra audiovisual, Écija & Asociados, Madrid, 2000.

- ARIJON, Daniel Gramática del lenguaje audiovisual, ESCIVI. Andoáin , 1998.

- BUSTAMANTE, Enrique La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados, Gedisa, Barcelona, 1999.

- CLEMENTE MEDIAVILLA, Jorge Introducción al software de gestión en la producción audiovisual, Fragua. Madrid, 2004.

- CUBELLS, Mariola ¿Quién cocina la televisión que comemos? La dieta televisiva y sus cocineros, Carroggio, Barcelona, 2006.

- ECIJA ABOGADOS Derecho del entretenimiento, Thomson & Aranzadi, 2003.

- EGEDA Panorama audiovisual http://www.egeda.es/documentos/PANORAMA_AUDIOVISUAL_2012.pdf, Madrid, 2012.

- ENTERTAINMENT PARTNERS Manual en castellano, Movie Magic Scheduling, Arkadin, Madrid, 2008.

- FAPAE Memoria anual 2011, Madrid, 2012.

- HALLIGAN, Fionnuala Filmcraft: Production design, Focal Press, 2012.

- HALLIGAN, Fionnuala Filmcraft: Production design, Focal Press, 2012.

- HARRINGTON, Richard y WEISER, Mark Producing video podcasts. A guide for media professionals, Focal Press, 2008.

- LINARES PALOMA, Rafael et.alt. Principios básicos d ela producción audiovisual cinematográfica, OMMPRESS Comunicación.

- MILLERSON, Gerald Técnicas de realización y producción en televisión, IORTV, Madrid, 2008.

- OWENS, Jim Television Sports Production, Focal Press, 2006.

- SWEETOW, Stuart Corporate video production beyond the board room, Focal Press, 2011.

- VACA BERDAYES, Ricardo El perfil de la audiencia. Cuatro y La Sexta 2005-2008, Barlovento Comunicación. Madrid, 2010.

- ZETTL, Herbert El manual de producción para vídeo y televisión, ESCIVI, Andoáin, 1998.