

Curso Académico: (2021 / 2022)

Fecha de revisión: 07/06/2021 10:34:09

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: SAINZ DE BARANDA ANDUJAR, CLARA

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.

Adquisición de conocimientos orientados a la elaboración, presentación, producción y realización completa de un formato de actualidad (si la situación sanitaria lo permite).

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 y la situación sanitaria.

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 y teórico 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 se familiarizarán con los flujos de trabajo de un programa de actualidad que ellos mismos elegirán conforme a la metodología propuesta por la asignatura. 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. por si la situación sanitaria permitiera su uso.

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 en la elaboración y presentación de los proyectos de producción ejecutiva.

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.
- ECIIJA 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.al. Principios básicos de la 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.