

Curso Académico: ( 2023 / 2024 )

Fecha de revisión: 28-06-2021

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: ROMERO SANTOS, RUBEN

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

## OBJETIVOS

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
  - 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
  - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
  - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Producir, gestionar y organizar producciones audiovisuales para cine y televisión
  - Evaluar y organizar la gestión económica de las producciones
- Identificar las funciones y relaciones de los recursos humanos en las producciones audiovisuales
  - Definir las vías de explotación y comercialización de las producciones audiovisuales
  - Identificar, seleccionar y desarrollar propuestas de proyectos audiovisuales para cine y televisión
  - Realizar estudios de viabilidad, elaboración de packages y presupuestos económicos
  - Identificar las vías de financiación y resolver el problema económico-financiero de los proyectos audiovisuales
  - Elaborar y exponer los proyectos audiovisuales en sesiones de pitching
  - Identificar y clasificar los equipos humanos y los medios técnicos adecuados y necesarios para cada fase del proyecto: preproducción, grabación/rodaje, postproducción.
  - Controlar el proceso de amortización de las producciones audiovisuales
  - Supervisar y administrar los procesos de posproducción y finalización de las producciones audiovisuales

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. APROXIMACIÓN A LA CULTURA AUDIOVISUAL EN ESPAÑA: DATOS Y CIFRAS
2. TIPOS DE PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN ESPAÑA
3. AYUDAS ECONÓMICAS DEL ESTADO PARA LA FINANCIACIÓN DE PROYECTOS CINEMATOGRAFICOS
4. LAS TELEVISIONES PRIVADAS Y LA FINANCIACIÓN CINEMATOGRAFICA
5. EL CINE ESPAÑOL MÁS ALLÁ DEL MERCADO NACIONAL: LA IMPORTANCIA DE LA DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL.
6. LA FICCIÓN TELEVISIVA EN EUROPA: COMPARATIVA
7. CASOS PRÁCTICOS

## ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clase teórica

Clases prácticas

Clases teórico prácticas

Tutorías  
Trabajo en grupo  
Trabajo individual del estudiante

#### METODOLOGÍAS DOCENTES

- Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.
- Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura: Artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, guiones cinematográficos y televisivos bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.
- Resolución de casos prácticos, problemas, etc. ¿ planteados por el profesor de manera individual o en grupo
- Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de guiones cinematográficos y televisivos, así como proyectos audiovisuales

#### SISTEMA DE EVALUACIÓN

Peso porcentual del Examen Final 60

Peso porcentual del resto de la evaluación (trabajos, exposiciones, prácticas) 40

**Peso porcentual del Examen Final:** 60

**Peso porcentual del resto de la evaluación:** 40

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- CALVO HERRERA, C. Distribución y lanzamiento de una película, Alcalá Grupo Editorial, 2009
- DOWD, T., NIEDERMAN, M., FRY, M. y STEIFF, J. Storytelling across worlds: Transmedia for creatives and producers, Focal Press, 2013
- HERBERA, J., LINARES, R. y NEIRA, E. Marketing cinematográfico. Cómo promocionar una película en el entorno digital, UOC, 2015
- MCDONALD, KEVIN Y SMITH-ROWSEY, DANIEL The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century, Bloomsbury, 2016
- RIAMBAU, E. La producción cinematográfica en el seno de los conglomerados multimediáticos, Portal de la Comunicación InCom-UAB ¿ Lecciones del portal. Disponible en: [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/47\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/47_esp.pdf), 2008
- STRINGER, JULIAN, ed Movie Blockbusters, Routledge, 2004
- TRYON, CHUCK On-demand Culture: Digital Delivery & the Future of Movies, Rutgers University Press, 2013
- ÁLVAREZ, J.M. Y LÓPEZ, J. El audiovisual español: evolución en curso, en Bustamante y Rueda (coord), Informe sobre el estado de la cultura en España 2014. La salida digital, Fundación Alternativas, 2015