

Curso Académico: (2024 / 2025)

Fecha de revisión: 13-03-2018

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: ROMERO SANTOS, RUBEN

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

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. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE MARKETING
2. MARKETING EN PRODUCCIÓN
3. MARKETING EN DISTRIBUCIÓN
4. MARKETING EN EXHIBICIÓN
5. EL PLAN DE COMUNICACIÓN
6. CASOS PRÁCTICOS

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

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

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Esquire, Jason Todo sobre el negocio del cine, T&B Editores, 2013
- Linares, Rafael La promoción cinematográfica. Estrategias de comunicación y distribución de películas, Fragua , 2009
- Matamoros, David Distribución y marketing cinematográfico. Manual de primeros auxilios, Publicacions UB , 2012