

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Curso académico 2008/2009

Identificación y características de la asignatura			
Denominación	Producción Audiovisual	código	104593
Créditos (T+P)	6 (4 T + 2 P)		
Titulación	Comunicación Audiovisual y Publicidad		
Centro	Facultad de Biblioteconomía y Documentación		
Curso	4º	Temporalización	1º Cuatrimestre
Carácter	Troncal		
Descriptor (BOE)	Técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases, producción audiovisual.		
Profesor/es	Nombre	Soledad Ruano López	
	Despacho	2.10	
	Correo-e	solruano@unex.es	
	Página web		
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad		
Departamento	Información y Documentación		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			

Objetivos y/o competencias

OBJETIVO Y METODOLOGÍA:

- Conocer los procesos de creación de un producto audiovisual en todas sus fases: preproducción, producción, postproducción, así como, la comercialización y explotación del producto.
- Ofrecer conocimientos y técnicas necesarias para desarrollar una labor profesional.

La metodología que se empleará a lo largo del curso será la combinación de elementos de formación de carácter teórico y de carácter práctico. Este proceso se hará a través de:

- Un programa teórico impartido en clase
- Y la elaboración, por parte de los alumnos con el seguimiento del profesor, de un producto audiovisual.

Una vez acabada la explicación de cada uno de los temas que forman parte del programa, se dedicará un tiempo a la exposición y estudio del caso con la finalidad de dar una visión de la realidad del sector. Además, se hará un análisis de diferentes productos audiovisuales (cinematográficos, televisivos, videográficos y multimedia) desde el punto de vista de la producción, y, teniendo en cuenta los recursos técnicos, tecnológicos, humanos, presupuestarios, jurídicos y de organización utilizados en el proceso

COMPETENCIAS

- Capacidad para diseñar, planificar y organizar los recursos humanos, medios técnicos y presupuestarios para la producción de obras audiovisuales en sus diversos formatos.
- Conocer las técnicas y procesos de creación audiovisual y los mecanismos legislativos y políticos de la comunicación.
- Crear, comprar derechos, desarrollar y comercializar proyectos.
- Capacidad para dirigir y gestionar una empresa de producción audiovisual y multimedia.

Temas y contenidos
(especificar prácticas, teoría y seminarios)

I. INTRODUCCIÓN CONCEPTUAL

TEMA 1: MARCO CIENTÍFICO DE LA DISCIPLINA

- 1.1. Objetivos, Metodología y Encuesta.
- 1.2. Introducción Conceptual.
- 1.3. la Figura del Productor.
- 1.4. Elaboración de un producto audiovisual.

TEMA 2: TIPOLOGÍA DE LA PRODUCCIÓN (Teórica/Práctica)

- 2.1. Producción Cinematográfica.
- 2.2. Producción de Informativos.
- 2.3. Producción de Programas para Televisión.
- 2.4. Producción de Series de Televisión.
- 2.5. Producción de Páginas Web y Multimedia.

TEMA 3: DERECHO AUDIOVISUAL (Teórica/Práctica)

- 3.1. Propiedad intelectual de la obra audiovisual.
- 3.2. Contratación de profesionales del sector.
- 3.3. Contratación de seguros y permisos.
- 3.4. Modalidades de la producción (tipos de contrato).

II. ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN (Teórica/Práctica)

TEMA 4: CONCEPCIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTO

- 4.1. Fases del proceso de producción.
- 4.2. Desarrollo del proyecto.
- 4.3. Profesionales creativos y técnicos.
- 4.4. El guión.
- 4.5. Localizaciones y Casting.
- 4.6. Plan de trabajo.
- 4.7. Postproducción.

TEMA 5: PRESUPUESTO Y FUENTES DE FINANCIACIÓN

- 5.1. Elaboración del Presupuesto.
- 5.2. Estructura presupuestaria.
- 5.3. Fuentes de financiación privadas.
- 5.4. Ayudas y subvenciones a la industria Audiovisuales.
- 5.5. Patrocinadores.

III. EXPLOTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Teórica/Práctica)

TEMA 6: EXPLOTACIÓN O MODOS DE DISTRIBUCIÓN DE LA OBRA AUDIOVISUAL

- 6.1. Modalidades de Distribución.
- 6.2. Ventanas de Explotación.
- 6.3. Cesión de Derechos para la Distribución.
- 6.4. Contrato de Distribución.
- 6.5. Explotación de la obra audiovisual a través de Internet.

TEMA 7: COMERCIALIZACIÓN DE LA OBRA AUDIOVISUAL

- 7.1. Elaboración de una estrategia comercial.
- 7.2. Festivales y mercados audiovisuales.
- 7.3. ICAA y FAPAE.
- 7.4. Publicidad y marketing.

Criterios de evaluación

La evaluación de la asignatura se realizara: mediante una prueba escrita sobre el material impartido en clase durante el curso, documentación complementaria y la realización de un trabajo.

- 1. Requisito imprescindible tener la ficha del alumno.**
- 2. Los contenidos teóricos se evaluarán mediante una prueba que puntúa hasta un 50% de la nota final:**

La prueba constara de 10 preguntas correspondientes al material impartido en clase, en cada una de ellas desarrollarán los conceptos exigidos y cuyo valor dependerá de la complejidad de la pregunta. Mínimo 0,5 y máximo 2 puntos cada pregunta bien contestada.

Sí, el examen tuviera tan sólo una falta de ortografía, automáticamente estaría suspenso. También será motivo de suspenso el uso o sustitución de palabras por las utilizadas en los mensajes SMS.

- 3. Los contenidos prácticos puntúan hasta un 50% de la nota final y serán como siguen:**

- Presentación de las distintas partes del trabajo en las fechas determinadas por el profesor . Se valorará: la actitud, participación, interés y presencia.
- El trabajo debe ser realizado en grupo y su correspondiente exposición

El trabajo consiste en presentar un plan de producción que se elaborará a partir de la confección de un guión por parte de los alumnos. Se valorará el método de realización (objetivos, formato, estructura, contenidos,...) y exposición si la hubiere.

Independientemente de que el alumno se examine en febrero, junio, septiembre o diciembre, el trabajo de grupo hay que presentarlo y exponerlo antes de que acabe la docencia de la asignatura, es decir, antes de febrero.

4. La puntuación final; será el resultado de la suma de la parte teórica y la parte práctica, pero, para ello, habrá que tener aprobadas ambas partes.

Bibliografía

ÁLVAREZ MONZONCILLO, J.M. e IWENS, J.L. *El futuro del audiovisual en España.. Madrid. Fundesco. 1992.*

ARNANZ, C.M., *Negocios de televisión: transformaciones del valor en el modelo digital. Barcelona, Gedisa, 2002.*

BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (coords.), *Industrias Culturales en España (grupos multimedias y transnacionales). Madrid, Akal, 1988.*

BUSTAMANTE, E., (coordinador), *Comunicación y cultura en la era digital: Industria, mercados y diversidad en España. Barcelona, Gedisa, 2002.*

BUSTAMANTE, E., *La televisión económica: financiación, estrategias y mercados. Barcelona, Gedisa, 1999.*

CONTRERAS, J.M. y PALACIO, M., *La programación de televisión. Madrid, Síntesis, 2001.*

DE MORAGAS, M. GARITAOANDÍA, C., LÓPEZ, B. (eds), *Televisión de Proximidad en Europa: Experiencias de descentralización en la era digital. Barcelona, Aldea Global, 1999.*

DÍAZ, L., *La televisión en España 1949-1995. Madrid, Alianza Editorial, 1994.*

DÍAZ, L., *Informe sobre la televisión en España (1989-1998). La década abominable. Barcelona, Ediciones B. 1999.*

GIORDANO, Eduardo y ZELLER, Carlos, *“Políticas de Comunicación: la configuración del mercado audiovisual” Barcelona, Icaria, 1999.*

PALACIOS, M., *Historia de la televisión en España. Barcelona, Gedisa, 2001.*

PÉREZ ORNIA, J.R., *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990). Barcelona. Ariel. 1989.*

PÉREZ DE SILVA, J., *La televisión ha muerto: la nueva producción audiovisual en la era de Internet. La tercera revolución industrial*. Barcelona, Gedisa, 2000.

REIG, R., *Medios de Comunicación y Poder en España: Prensa, radio, televisión y mundo editoria.*, Barcelona, Paidós

RICHERI, Guissepe, “*La transición de la televisión: análisis del audiovisual como empresa de comunicación*”, Barcelona, Bosch Comunicación, 1994.

TIMOTEO ÁLVAREZ, J., *Gestión de Poder Diluido. La construcción de la sociedad mediática (1989- 2004)*, Madrid, Pearson,2005.

ZALLO, R., *El mercado de la cultura europea. Estructura económica y política de la comunicación*. Donostia (Guipúzcoa), Gakoa, 1992.

ZALLO, R., *Industrias y políticas culturales en España y el País Vasco*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1995

Horario de tutorías

Martes de 12h a 14h
Miércoles de 11h a 13 h
Jueves de 9h a 11h