

Producción Audiovisual

Datos de la asignatura	Asignatura	Producción Audiovisual
	Código Asignatura	11_3GrCAUD_FT-ES_202
	Titulación	<i>Grado en Comunicación Audiovisual.</i> <i>Título oficial de la Universidad Internacional de la Empresa.</i>
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Básica
	Curso	Segundo
	Cuatrimestre	Tercero
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura **Producción audiovisual** se centra en los procesos de trabajo propios de la jefatura de producción y la producción de campo en diferentes tipologías de proyectos audiovisuales

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender

estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG01 - Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el ámbito del negocio audiovisual, la industria del entretenimiento incrementando el valor del servicio, proyecto o producto audiovisual diseñado.

CG02 - Conocer y aplicar técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto empresarial y de negocio audiovisual optimizando los recursos asociados al servicio, proyecto o producto diseñado.

CG03 - Conocer y aplicar herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales del negocio audiovisual, la industria del entretenimiento persiguiendo altas cotas de empleabilidad.

CG04 - Tomar decisiones empresariales y del negocio audiovisual con una perspectiva de estrategia corporativa global.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES DE LA ASIGNATURA

CT01 - Defender ideas y argumentos propios en un contexto profesional.

CT02 - Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CE13 - Conocimiento de los flujos de trabajo y orden jerárquico de los procesos de producción audiovisual en sus distintos formatos y géneros con el fin de diseñar proyectos audiovisuales.

CE14 - Conocimiento del lenguaje audiovisual con el objetivo de aplicarlo en cada una de las fases de producción y la interacción entre los distintos departamentos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

Conocer los procesos de producción, así como la rutina de trabajo de los distintos departamentos para integrarlos en una producción.

Planificar y ejecutar un plan de producción de una obra audiovisual.

CONTENIDOS/TEMARIO

La organización del departamento de producción, la gestión de equipos humanos y los procesos de trabajo en las producciones audiovisuales.

1. La producción audiovisual
 - a. El proceso de producción
 - b. La empresa productora audiovisual: cine, televisión y plataformas.
2. El equipo de trabajo
3. Gestión de la producción
 - a. Desgloses
 - b. Plan de trabajo
 - c. Organización del rodaje: gestiones, herramientas y localizaciones.
 - d. Presupuesto
 - e. Cierre de caja

METODOLOGÍAS DOCENTES

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de diseño y aplicación práctica: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de ideación, proyección y procedimientos para para adquirir nuevos conocimientos y reforzar los adquiridos.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones, trabajo colaborativo en resolución de problemas y estudios de

caso, así como tutorías colectivas.

- Método de proyectos y trabajos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos, el uso de herramientas, técnicas y metodologías, así como el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Número de horas	Presencialidad (%)
Lección magistral participativa	28	100
Clases prácticas: Resolución de problemas/Exposición oral	10	50
Prácticas de laboratorio	14	100
Estudio de casos	10	100
Diseño de proyectos	11	100
Evaluación	4	100
Trabajo autónomo	74	0
Seguimiento/Tutorías	10	25
TOTAL	150	

EVALUACIÓN

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del portfolio*	60 %
Valoración de cada actividad: Resolución de problemas: 30 % Estudio de casos / Proyectos: 20 % Prácticas de evaluación continua: 10 %	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Pruebas objetivas*	40 %

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (evaluación del *portfolio* y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La nota final se calculará utilizando la ponderación antes descrita, excepto en el caso de no superación de al menos uno de los dos apartados. En este último caso, la nota final será la nota más baja entre las actividades de evaluación continua y las pruebas objetivas.

Para las sanciones asociadas a la falta de honestidad académica se aplicará la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes. En particular, la utilización de contenido de autoría ajena al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. En caso de coincidencia superior al 15% -reproducir información de fuentes sin citarlas convenientemente-, la sanción será un suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. En caso de comportamiento reiterado, la penalización será un suspenso (0) en la asignatura y pérdida de la convocatoria

en la que ha ocurrido la falta, además de la decisión que tome el comité disciplinario por ser falta muy grave. Asimismo, el uso de medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

Para poder ser evaluado en convocatoria ordinaria no se podrá tener más de un 25% de faltas de asistencia.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir solo las actividades evaluativas que no haya superado en convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de “Suspenso” o “No presentado”.

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 – 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 -6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 -4,9	Suspenso

La mención de “Matrícula de Honor” se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes del grupo sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta **la consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

BOTTO, R. (2018): *Crowdsourcing for filmmakers. Indie film and the power and the crowd*. Focal Press Book.

CALVO HERRERA, C. (2003): *La empresa de cine en España*. Laberinto Comunicación. Madrid.

CALVO HERRERA, C. (2007): *Cómo producir un cortometraje*. Alcalá Grupo Editorial. Jaén

FERNÁNDEZ MANZANO, E. (2016): *Big Data. eje estratégico en la industria audiovisual*. UOC editorial. Barcelona.

FERNÁNDEZ MANZANO, E. y LINARES, R. (2021). *Principios básicos de la producción audiovisual*. OMM Press Editorial. 2021, Madrid.

ÉCIJA BERNAL, H. (2000): *Cómo producir, distribuir y financiar una obra audiovisual. Libro blanco del audiovisual*. Exportfilm. Madrid.

HONTHANER, E. L. (2001): *The complete film production handbook*. Focal Press. London.

KOCH, J. y KOSBERG, R. (2004): *Pitching Hollywood: How to sell your TV and Movie Ideas*. Quill Driver Books. California.

LINARES PALOMAR, R. (2009): *La promoción cinematográfica. Estrategias de comunicación y distribución de películas*. Fragua. Madrid

NEIRA, E. (2020): *Streaming wars. La nueva televisión*. Libros Cúpula. Barcelona- PARDO, ALEJANDRO (2015):

Producción ejecutiva de proyectos cinematográficos. EUNSA. Navarra.

W. REA, P. K. IRVING, D. (1998): *Producción y dirección cortometrajes y vídeo.* IORTV. Madrid.

Bibliografía complementaria

BARTOLOMÉ, J. (2020): *FILM SCHOOL.* Autoedición.

Síntesis. Madrid

LAMARCA, M. y VALENZUELA, J.I. (2008): *Cómo crear una película. Anatomía de una profesión.* T&B editors. Madrid.

LÓPEZ VIDALES, N. (Ed.) (2008): *Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento: un futuro conectado.* Editorial Alertes. Barcelona.

PARDO, A. (2002): *El oficio de producir películas. El estilo Puttnam.* Ariel Cine. Barcelona.

REDONDO, I. (2000): *Marketing en el cine.* Pirámide. Madrid. SAINZ, M. (1995): *Manual básico de producción en televisión.* IORTV. Madrid.

SAINZ, M. (2002): *El productor audiovisual.* Síntesis, Madrid.

SCHIH, Robert J. (1997): *Dramáticos en Televisión: Organización y Procesos.* IORTV. Madrid.

AA. (2011): *Guía Legal de la Financiación del Cine en España.* Instituto Autor. Madrid

WASKO, J. (2003): *How Hollywood Works.* SAGE Publications. London.

Otras publicaciones:

Panorama Audiovisual 2022 EGEDA. Madrid Focus 2022. World Film Market Trends. Tendances du marché mondial du film. Marché du Film. Cannes.

BARAYBAR, A. (2006): *Marketing en Televisión.* Fragua. Madrid.

CUEVAS, A. (1999): *Economía cinematográfica. La producción y el comercio de películas.* Imaginógrafo. Madrid

DURIE, J., PHAM, A., WATSON, N. (2000): *Marketing and selling your film around the world. A guide for independent filmmakers.* Silman - James Press. Los Angeles.

ESQUIRE, J (Ed.) (2006): *El juego de Hollywood.* T&B Editores. Madrid. FERNÁNDEZ, L., VÁZQUEZ, M. (1999): *Objetivo corto. Guía práctica del cortometraje en España.* Ed. Nuer. Madrid.

FRANCÉS, M. (2002): *La producción de documentales en la era digital: modalidades, historia y multidifusión.* Cátedra, Madrid.

GOLDMAN, W. (2002). *Nuevas aventuras de un guionista en Hollywood.* Plot Ediciones. Madrid

HARMON, R. (1994): *The beginning*