

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	43290
Nombre	Prácticas de diseño de contenidos en empresas
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	10.0
Curso académico	2021 - 2022

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Anual

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2	8 - Prácticas de diseño de contenidos en empresas	Práct. Externas

Coordinación

Nombre	Departamento
FRANCES DOMENECH, MIQUEL	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Este módulo tiene como objeto que el estudiantado lleve a cabo prácticas en empresas audiovisuales en el ámbito del diseño y desarrollo de proyectos. Ello conlleva la participación en los diferentes procesos de la producción audiovisual, desde la guionización a la elaboración del plan de producción, tanto en proyectos lineales e interactivos. Asimismo, las prácticas contemplan el trabajo con el presupuesto: recursos humanos y recursos técnicos. El alumnado participa, en función del perfil de la práctica, de los procesos de, gestión, producción, grabación y edición de proyectos audiovisuales, así como en las tareas de maquetación, marketing y promoción de los productos audiovisuales.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Es preferible poseer conocimientos audiovisuales a nivel práctico. Si el alumno no los tuviera, durante los primeros meses del máster los adquiriría para acudir a la empresa en el segundo periodo de prácticas con los conocimientos básicos ya adquiridos. Asimismo, se intenta adecuar el perfil de la práctica a las capacidades del alumnado.

COMPETENCIAS

2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2

- Que los/las 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/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los/las estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Dotar de las herramientas necesarias para la integración laboral en el ámbito de los contenidos y formatos audiovisuales.
- Adquirir las competencias académicas y profesionales convenientes en el ámbito de la creación, diseño y desarrollo de contenidos audiovisuales para la multidifusión digital.
- Identificar los segmentos estratégicos de la industria audiovisual en un contexto de innovación constante en la sociedad de la información.
- Analizar e interpretar los nuevos lenguajes mediáticos asociados a la multidifusión digital.
- Conocer los proyectos y estudios de búsqueda de nuevas tendencias creativas de formatos y contenidos audiovisuales, en la producción y el consumo, dentro del proceso de convergencia mediática de la era digital.
- Administrar las destrezas adquiridas en la proyección y construcción de un diseño curricular coherente.
- Integrar los contenidos teóricos relacionados con los lenguajes mediáticos utilizados en el flujo comunicativo de contenidos y formatos audiovisuales de la sociedad de la información en la praxis profesional.



- Integrar las tecnologías de adquisición, edición, difusión e interactivas propias de la era digital en el diseño y producción de nuevos contenidos y formatos audiovisuales.
- Crear contenidos y diseñar formatos audiovisuales lineales y/o interactivos para el nuevo espacio de la comunicación digital.
- Dominar las diferentes fases de elaboración de una producción audiovisual y los estilos de realización de proyectos en los nuevo espacio audiovisual.
- Crear y desarrollar programas piloto para la génesis de nuevos formatos mediáticos.
- Analizar las tendencias de consumo y los estudios de mercado de contenidos audiovisuales en las industrias mediáticas.
- Interpretar la estructura de la empresa audiovisual, la dinámica del mercado y la naturaleza de los diferentes productos audiovisuales en los flujos mediáticos emergentes.
- Planificar y crear estudios de análisis y prospectiva de las tendencias en el consumo de los contenidos y formatos audiovisuales emergentes en el espacio multidifusivo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumnado deberá ser capaz de involucrarse en la creación de contenidos y diseño de formatos lineales y/o interactivos que demanda la industria audiovisual, dentro del nuevo espacio de la comunicación digital. Esto conlleva el dominio de las diferentes fases de producción y de los estilos de realización de los proyectos de televisión interactiva, multimedia y red, así como de otros proyectos audiovisuales. En este sentido, cabe destacar que los resultados concretos estarán debidamente adecuados al perfil específico de cada práctica, dado el amplio abanico de perfiles profesionales existentes en el campo de la producción audiovisual.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Diseño de proyectos

Como se diseña un proyecto según la construcción de las parrillas televisivas y los dos tipos de producción: interna y externalizada.

2. Elaboración de biblias

Conocer las diferentes fases y parámetros necesarios para realizar la biblia de un programa de televisión. Una construcción fuera de los parámetros profesionales la puede invalidar formalmente.

**3. Lectura de índices de audiencias**

Conocer los datos de audiencia y el gusto de los espectadores es fundamental para desarrollar proyectos que puedan hacerse un hueco en la parrilla.

4. Planificación de proyectos

Conocer cómo se desarrollan los parámetros básicos de un formato televisivo de ficción y no ficción: la escaleta, las localizaciones, el plan de trabajo y el presupuesto.

5. Fases de preproducción y rodaje

Conocer las rutinas que se realizan durante la fase de preproducción y rodaje de un proyecto: preparación y planificación, contratación, presupuesto, coordinación, grabación y preparación del día siguiente.

6. Perfiles profesionales y equipamiento técnico

Conocimiento de los diferentes técnicos que trabajan en la realización de un formatos televisivo (tanto técnicos como artísticos).

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Tutorías regladas	15,00	100
Realización de Prácticas externas	235,00	0
TOTAL	250,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

El alumno acudirá a la empresa con unos conocimientos básicos que el permitirán adquirir las rutinas profesionales habituales en el desarrollo de este tipo de formatos en las empresas del sector audiovisual. El tutor se encargará de, tras tener una entrevista con el alumno, ofrecerles diferentes empresas que encajen con su perfil y la orientación profesional del máster. Así mismo se entrevistará, previamente al inicio de la práctica, con el responsable de la empresa para valorar juntos la labor a realizar así como el horario. El tutor académico se encargará de mantener el contacto con el alumno y el tutor de la empresa para supervisar la labor que realice en la empresa.



EVALUACIÓN

La evaluación es continua durante la estancia en la empresa de las alumnas y los alumnos. A su finalización, realizarán una memoria de prácticas según las indicaciones del tutor. En ellas se deberán reflejar, claramente, las rutinas profesionales adquiridas y la explicación pormenorizada de los trabajos allí realizados. Mediante la memoria y la evaluación del tutor de la empresa se les asignará la nota final del módulo.

REFERENCIAS

Básicas

- BELOT ROSADO, Coral. 1996. El Guión: Presentación de Proyectos. IORTV Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- BLUM, Richard y LINDHEIM, Richard. 1989. Programación de las Cadenas de Televisión en Horario de Máxima Audiencia. IORTV Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- COMPARATO, Doc. 1988. El Guión Arte y Técnica de Escribir para Cine y Televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- ECIJA BERNAL, Hugo Director. 2000. Como Producir, Distribuir y Financiar una Obra Audiovisual. Grupo EXPORTFILM. Madrid.
- MARTÍN PROHARAM, Miguel A. 1985. La Organización de la Producción en el Cine y la Televisión. Forja. Madrid.
- MILLERSON, Gerald. 1987. Escenografía Básica. IORTV. Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- MILLERSON, Gerald. 1991. Iluminación para Televisión y Cine. IORTV. Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- MILLERSON, Gerald. 1989. Técnicas de Realización y Producción en Televisión. IORTV. Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- OLSON, Robert L. 2002. Conceptos Básicos de la Dirección Artística en Cine y Televisión. IORTV Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- ROSELLÓ, Ramón. 1987. Cómo se Hace un Programa de Televisión. IORTV. Madrid.
- ROWLANDS, Andrew. 1985. El Guión en el Rodaje y la Producción. IORTV. Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- SAINZ, Miguel. 1990. Iniciación a la Producción en Televisión. IORTV Instituto Oficial de Radio y Televisión (TVE). Madrid.
- Martínez Badía, J. et al. (2004). Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenido. Barcelona: Paidós.



ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

La CCA del máster, reunida el 26 de mayo de 2021, ha acordado la ratificación de los contenidos y evaluaciones de las guías docentes en vigor del curso 2020/2021. Los cambios resultantes de la adaptación de la docencia presencial a la docencia virtual no afectan a los contenidos ni a la estructura de las sesiones, ni a los trabajos de evaluación. El cronograma docente ha sido revisado y confirmado. Estas acciones han sido comunicadas a las y los estudiantes del curso, con quienes se ha reforzado la atención personalizada con la creación de nuevos espacios de trabajo.