



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT  
**GESTIÓ DE PROJECTES DE  
FORMATS PERIODÍSTICS I  
AUDIOVISUALS**

Coordinació: ÒSCAR FERNÁNDEZ SÁNCHEZ

Any acadèmic 2014-15

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	GESTIÓ DE PROJECTES DE FORMATS PERIODÍSTICS I AUDIOVISUALS
<b>Codi</b>	101913
<b>Semestre d'impartició</b>	1r semestre - Avaluació continuada
<b>Caràcter</b>	Obligatòria
<b>Nombre de crèdits ECTS</b>	7.5
<b>Crèdits teòrics</b>	0
<b>Crèdits pràctics</b>	0
<b>Coordinació</b>	ÒSCAR FERNÁNDEZ SÁNCHEZ
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	Dimarts 14.30 a 15.30
<b>Departament/s</b>	Filologia Catalana i Comunicació
<b>Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant</b>	Hores presencials: 64 Hores no presencials: 123.5
<b>Modalitat</b>	Presencial
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.
<b>Idioma/es d'impartició</b>	Català
<b>Grau/Màster</b>	GRAU EN COMUNICACIÓ I PERIODISME AUDIOVISUALS
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	Dimarts 14.30 a 15.30
<b>Adreça electrònica professor/a (s/es)</b>	oferandez@filcat.udl.cat

ÒSCAR FERNÁNDEZ SÁNCHEZ

## Informació complementària de l'assignatura

La comunicació està vivint una gran revolució. Els mitjans de comunicació es debaten entre la redefinició i la desaparició. La crisi econòmica no ha fet més que agreujar aquesta crisi d'identitat que no té ni una solució, ni un final clar. És moment d'aturar-se, mirar al nostre voltant, reflexionar i sobretot aportar noves idees, innovar i ser creatius. Arriscar. Fer volar la imaginació i alhora tocar de peus a terra. Cal buscar i detectar les noves oportunitats que tenim, aprofitar-les i fer-les nostres.

Aquesta assignatura no donarà resposta al gran debat, però sí que vol fixar les bases, aportar esperances i sobretot animar als nous graduats a arriscar i a veure que potser ells tenen la solució. Sense voler ser molt ambiciosos, pretenem que aquesta assignatura sigui una acceleradora de projectes periodístics. Una barreja de productors audiovisuals, periodistes i emprenedors. Aprendre a generar idees, a donar-les forma i fer-les viables buscant fonts de finançament. Donarem les eines per fer projectes interessants, viables i realitzables. I tot això ho farem analitzant el nostre entorn, el sector i veient les tendències de consum. També gaudirem del testimoni en primera persona d'experiències d'èxit dins el sector en els diferents suports (premsa, ràdio, televisió, cinema i internet). Ens explicaran com fan realitat una idea inicial, quins passos han seguit i com ha acabat.

Per aconseguir-ho dibuixem un temari que el dividim temàticament en tres grans blocs: TINC UNA IDEA, FEM-LA REALITAT i I ARA, QUÈ?. I tot això sense oblidar que les idees neixen del cap d'una persona però esdevenen realitat gràcies a un equip de persones. La idea és important, el projecte i l'equip també.

<b>Prerequisits</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Aplicar tot el que s'ha après al llarg del grau.</b></li> </ul>	<b>Corequisits</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Creativitat-innovació, i iniciativa.</b></li> <li>• <b>Aptituds pel treball en equip.</b></li> <li>• <b>Bona presentació dels treballs</b></li> </ul>
---------------------	---	--------------------	---

## Objectius acadèmics de l'assignatura

O1 – L'alumne serà capaç d'organitzar i planificar qualsevol projecte audiovisual i periodístic

O2 – Gestionar els diferents continguts periodístics

O3 – L'alumne serà capaç d'identificar els diferents processos d'un projecte audiovisual de la idea fins a la seva realització

O4 – Analitzar el sector audiovisual i detectar oportunitats de mercat.

O5 – Conèixer i saber utilitzar les eines necessàries per crear i desenvolupar un projecte.

O6 – Definir el perfil de l'alumne com a professional dins les diferents funcions d'un projecte audiovisual i periodístic.

O7 – Descobrir i experimentar en la importància del treball en equip dins una producció audiovisual i periodística.

## Competències

- Capacitat d'organització i planificació

- Capacitat de gestió de la informació

- Capacitat per realitzar l'organització tècnica dels materials sonors i visuals conformes a una idea, utilitzant les tècniques narratives i tecnològiques necessàries per a l'elaboració, composició, acabat i materialització de diversos productes audiovisuals i multimèdia.

- Capacitat per a la identificació dels processos i tècniques implicades en la direcció i gestió d'empreses audiovisuals en la seua estructura industrial: producció, distribució i exhibició. En aquesta competència s'inclou la gestió i organització dels equips humans per a la producció audiovisual.

- Coneixement i aplicació de les tècniques i processos de producció i difusió audiovisuals en les seues diverses fases, des del punt de vista de l'organització i la gestió dels recursos tècnics, humans i pressupostaris en diversos suports (cinema, televisió, vídeo, multimèdia...), fins a la seua comercialització.

- Coneixement i aplicació de les tècniques i processos de creació i difusió audiovisual en les seues diverses etapes, tant en el cine com en la televisió, vídeo i multimèdia, des de la idea inicial fins a l'acabat final.

## Continguts fonamentals de l'assignatura

### TEMA 0 . *Introducció (1 sessió)*

- Presentació del temari de l'assignatura: objectius...
- Avaluació inicial

### BLOC A – TINC UNA IDEA

*(8 sessions: 6 classe magistral + 2 seminari)*

#### TEMA 1. *La Idea (1 sessió)*

- Què és una idea?
- Com generem idees?
- Actituds vs. aptituds.
- Motivacions i somnis.

#### TEMA 2. *Creiem en nosaltres (2 sessions)*

- Marca personal
- Som líders i tenim idees que integren persones i que generen negoci.
- Tu ets el protagonista
- Seminari: Xavi Roca.

#### TEMA 3. *Sols no, en equip (2 sessions)*

- Busquem aliances.
- L'equip d'un projecte audiovisual.
- Gestió de l'equip de treball (formació i organització)
- Funcions en l'equip.
- Seminari: Vicente Jabaloyes.

#### TEMA 4. *El mercat (3 sessions)*

- Com està el sector?
- Radiografia i anàlisi dels mitjans de comunicació.
- Nínxols de mercat, les oportunitats de negoci dins els mitjans de comunicació.
- Innovació en els mitjans.

- Les audiències: Com es mesuren? Quin paper i quina importància tenen? Perfils de l'audiència.

## **BLOC B – FEM-LA REALITAT**

*(13 sessions: 7 classe magistral + 6 seminari)*

### **TEMA 5. Fases d'un projecte (1 sessió)**

- Definició, planificació i execució.
- Eines de gestió del projecte (diagrames, fluxes de treball, gràfics...)

### **TEMA 6. El productor (1 sessió)**

- Tasques.
- Eines de treball.

### **TEMA 7. Planificació i organització (1 sessió)**

- Preparació d'un projecte.
- Detall de la producció.
- Calendari-*timing*
- Escaletes de treball.

### **TEMA 8. La llei (1 sessió)**

- Normatives.
- Drets d'imatge.
- Canons.
- Permisos-autoritzacions.

### **TEMA 9. Model de negoci (1 sessió)**

- Model *Canvas*.

### **TEMA 10. El pressupost (1 sessió)**

- Anàlisi de les partides d'un pressupost de producció.
- Models de contractes de producció.

### **TEMA 11. El finançament (1 sessió)**

- Estudi de viabilitat.
- Modalitats de producció.
- Recursos de finançament.
- La negociació.

**TEMA 12. Seminaris, exemples de producció (6 sessions)**

- Premsa escrita
- Ràdio
- Televisió
- Cinema
- Internet
- Àmbit local.

**BLOC C – I ARA, QUÈ?**

(6 sessions: 2 classe magistral + 2 treball en grup a classe + 2 presentació dels treballs)

**TEMA 13. La presentació del projecte (1 sessió)**

- Estratègies de comunicació.
- La presentació.
- El màrqueting.
- El discurs.

**TEMA 14. On i com ho presentem (1 sessió)**

- Mercats, festivals.
- Productores i distribuïdores.
- Com ho presentem.

**Eixos metodològics de l'assignatura**

Activitat	CODIFICACIÓ / descripció / tipologia TPD	o*	G*	HP*	HNP*
<b>Classe magistral (M)</b>	Vegeu temari	O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7		32	48
<b>Seminaris (S)</b>	Vuit seminaris (sessions monogràfiques impartides per professionals convidats). Cada seminari implica un treball resum posterior per part de l'alumne.			16	12
<b>Pràctiques (P)</b>		O1, O2			
<b>Treballs (T)</b>	Un treball individual, i un treball en grup.	O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7		8	63.5
<b>Tutories (Tut)</b>	Una individual obligatòria al llarg del semestre i una de grup de treball.	O6		4	
<b>Altres (AA)</b>					
<b>Avaluació (AV)</b>	Vegeu taula de mecanismes d'avaluació	O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7		4	
<b>TOTAL</b>	El total absolut sempre ha de sumar 187.5 h (7.5 ECTS)			64	123,5

O: Objectiu. G: número de grups implicats en l'activitat. HP: hores presencials de l'alumne. HNP: hores no presencials de l'alumne.

## Sistema d'avaluació

Mecanismes d'avaluació	Codificació / descripció-criteris / tipologia TPD	Observacions	O*	Activitat	%*
<b>Assistència i participació (As)</b>	Assistència i participació per part de l'alumnat.	Control aleatori de les assistències.	O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7	Totes les presencials.	5 %
<b>Taller d'avaluació (TA) (Examen)</b>	Prova escrita.	L'alumne podrà tenir a l'aula el que necessiti (ordinador, apunts...)	O1, O2, O3, O4, O5	Realització d'un projecte a partir d'un fet que es donarà a conèixer el dia de la prova.	25 %
<b>Informe (In) / Treballs (T)</b>	Treball individual		O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7	Treball individual	20 %
	Treball en grup			Treball en grup	35 %
<b>Altres (A)</b>	Treball individual de cada seminari.	Assistència a seminaris obligatòria.	O3, O4, O5	Seminaris.	15 %
<b>TOTAL</b>					100

O: Objectiu. %: percentatge en la nota final.

• *L'estudiant ha de demostrar coneixements bàsics sobre el funcionament de l'economia de mercat i del mercat periodístic i comunicatiu. [A].*

*Objectiu 2:*

• *L'estudiant ha de demostrar que està familiaritzat amb els principals àrees i tècniques de gestió empresarial. [A]*

*Objectiu 3:*

• *L'estudiant ha de demostrar que es capaç de reflexionar i aprofundir sobre els problemes que planteja la influència del context econòmic en l'exercici de les llibertats intel·lectuals de la persona (pensament, expressió i a rebre informació). [A]*

*Objectiu 4:*

• *L'estudiant ha de demostrar que coneix i comprèn quins són els principals reptes del procés de globalització pel que fa al periodisme i la comunicació.[A]*

## Bibliografia i recursos d'informació

### Manuais

MARTÍNEZ, J.; FERNÁNDEZ, F. (2010): *Manual del productor audiovisual*. Editorial UOC. Barcelona.

MILERSON, G. (1983): *Realización y producción en televisión*. IORTV. Madrid.

RABIGER, M. (2001): *Dirección de cine y vídeo. Técnica y estética*. IORTV. Madrid.

### Bibliografia bàsica

AA.VV. (2010): *Guia de producció audiovisual*. Barcelona/Catalunya Film Comission. Generalitat de Catalunya i Ajuntament de Barcelona.

CLARK, T. (2012): *Tu modelo de negocio*. Deusto. Barcelona.

DE MATEO, R.; BERGÉS, L.; SABATER, M. (2009): *Gestión de empresas de comunicación*. Comunicación social. Ediciones y publicaciones.

DOMINGO, A. (2005): *Dirección y gestión de proyectos. Un enfoque práctico*. RA-MA Editorial. Madrid.

FERRERAS, J. G. (2011): *Diseño y producción de programas de televisión*. DM. Madrid.

GARCIA-MILÀ, P. (2011): *Tot està per fer*. Plataforma editorial. Barcelona.

GARCIA-MILÀ, P. (2013): *Tens una idea*. Amat editorial. Barcelona.

MATAMOROS, D. (2008): *Distribución y márketing cinematográfico. Manual de primeros auxilios*. Comunicación activa. Universidad de Barcelona. Barcelona.

PÉREZ-LATRE, F. J.; SÁNCHEZ-TABERNERO, A. (2012): *Innovación en los medios. La ruta del cambio*. Eunsa. Navarra.

SAINZ, M. (2008); *El productor audiovisual*. Síntesis.

SÁNCHEZ-TABERNERO, A. (2000): *Dirección estratègica de empresas de comunicación*. Ediciones Cátedra. Madrid.

### Bibliografia complementària

AJRAM, J. (2010). *Dónde está el límite*. Plataforma editorial. Barcelona.

DIEZ, A. (2013): *¡Nunca te rindas! Lucha por lo que quieres*. Editorial Planeta. Barcelona.

AA.VV. (2010): *Televisió d'entreteniment o entretenir-se a la televisió*. Trípodos n. 27. Barcelona.

### Llocs web d'interès

<http://www.bcncatfilmcommission.com/cat>

[www.gencat.cat/cultura/icic](http://www.gencat.cat/cultura/icic)

<http://www.apic.cat>

<http://www.europacreativamedia.cat/inici>