

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Diseño y desarrollo de proyectos en producción audiovisual

Clave	Semestre 5°	Créditos 8	Campo de profundización			Producción Audiovisual
			Etapa			Profundización
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X)	P ()	T/P ()
Carácter	Obligatorio (X) Optativo () Obligatorio E () Optativo E ()		Horas 64			
			Semana	Semestre		
			Teóricas 4	Teóricas 4		
			Prácticas 0	Prácticas 0		
			Total 4	Total 64		

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Ninguna

Asignatura subsecuente	Producción sonora I		
Objetivo general:			
El estudiante conocerá los principios y normas operativas que organizan el trabajo de Producción Audiovisual en diferentes niveles y condiciones; entendida a la organización como la forma de producción y dinámica laboral.			
Objetivos específicos:			
El alumno conocerá los principios normas y preceptos que implica la industria audiovisual y sus variantes en los distintos sistemas productivos para analizar los diferentes elementos que la conforman; y así poder planear, desarrollar y elaborar un producto o una estrategia de producción como los dos niveles generales de comprensión. A su vez el estudiante podrá distinguir entre el nivel macro (industria, medio, empresa, institución...) y el nivel micro (producto, objeto, material...) que comporta el proceso de Producción Audiovisual en su desarrollo y aplicación conceptual y práctico. También el alumno podrá discernir sobre la existencia de un sistema de producción cuyos elementos y normas tienden a la estandarización el proceso frente a la reacción creativa que busca renovarlo.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	¿En qué consiste el diseño y la organización de la Producción Audiovisual?	16	0
2	De la fase creativa a la fase práctica	12	0
3	Diseño productivo (producto o empresa o proyecto o estrategia...)	12	0
4	Función del presupuesto en el diseño productivo	12	0
5	Función de la creatividad en el diseño productivo	12	0
	Total	64	0
	Suma total de horas	64	
Contenido Temático			
Tema	Subtemas		
1.	¿En qué consiste el diseño y la organización de la producción audiovisual? 1.1. Nivel micro: Producto 1.2. Nivel macro: Sistema 1.3. Componentes 1.3.1. Organización 1.3.2. Administración 1.3.2.1. Recursos humanos 1.3.2.2. Recursos financieros. Cotización y		

	presupuesto	
	1.3.3.Operación	
2.	De la fase creativa a la fase práctica	
	2.1.	Elementos, técnicas y estrategias para el diseño y la organización de la producción audiovisual
	2.1.1.	Diseño como perspectiva estética
	2.1.2.	Diseño como desarrollo productivo
	2.2.	Cómo funciona el diseño y la organización
	2.2.1.	Cómo funciona el diseño y la organización desde la perspectiva del producto
	2.2.2.	Cómo funciona el diseño y la organización desde la perspectiva del sistema
	2.2.3.	Cómo funciona el diseño y la organización desde la perspectiva estética
	2.2.4.	Cómo funciona el diseño y la organización desde la perspectiva práctica
	2.3.	Fases estructurales del proceso de producción
	2.4.	División por etapas, acciones, y funciones
3.	Diseño productivo (producto o empresa o proyecto o estrategia...)	
	3.1.	Metodologías de trabajo en producción audiovisual
	3.1.1.	Histórica
	3.1.2.	Día a día
	3.1.3.	Funcional
	3.1.4.	Interaccionismo simbólico
	3.1.5.	Tratamiento de la información
	3.1.6.	Prospectiva
	3.2.	Proyecto, procesos, esquemas de producción
	3.2.1.	Conceptualización mediática
	3.3.	Estrategias productivo-comunicativas
4.	Función del presupuesto en el diseño productivo	
	4.1.	Valor
	4.2.	Cotización
	4.3.	Estimación financiera
5.	Función de la creatividad en el diseño productivo	
	5.1.	Definición y descripción de proceso creativo
	5.2.	Creatividad en función del producto
	5.3.	Creatividad en función del servicio
	Estrategias didácticas	Evaluación del aprendizaje
Exposición	()	Exámenes parciales ()
Trabajo en equipo	()	Examen final ()
Lecturas	(X)	Trabajo y tareas (X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema (X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase

	(X)
Prácticas de campo ()	Asistencia (X)
Aprendizaje por proyectos (X)	Rúbricas ()
Aprendizaje basado en problemas (X)	Portafolios (X)
Casos de enseñanza (X)	Listas de cotejo ()
Otras (especificar) ()	Otras (especificar) ()
Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o disciplinas afines
Experiencia docente	Se recomiendan dos años de experiencia docente
Otra característica	
Bibliografía básica:	
Tema 1. ¿En qué consiste el diseño y la organización de la Producción Audiovisual?	
Barisone, Luciano, <i>Les Films d'ici: histoire de produire Unknown</i>, 255 Pages, Published 2004.	
Blumenthal, Howard J., <i>This Business of Television. The Standard Guide to the Television Industry</i>, Billboard Books, NY, 2006.	
Etkin, Jorge, <i>Gestión de la complejidad en las organizaciones. La estrategia frente a lo imprevisto y lo impensado</i>, Oxford University Press México, México, 2013.	
Jacoste Quesada, José, <i>El productor cinematográfico</i>, Editorial Síntesis, Madrid 1996.	
Lipovetsky, Gilles, Jean, Serroy. <i>La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna</i>. Editorial Anagrama, SA. Barcelona, 2009.	
Martín Proharam, Miguel Ángel, <i>La organización de la producción en el cine y la televisión</i>, Editorial Forja, Madrid, 1985	
Rifkin, Jeremy, <i>La era del acceso. La revolución de la nueva economía</i>, Paidós Ibérica, Barcelona, 2002.	
Sainz Sánchez, Miguel, <i>El productor audiovisual</i>, Editorial Síntesis, Madrid 1999.	
Solaroli, Liberio, <i>Cómo se organiza un film</i>, Ediciones Ria, Madrid, 1972.	
Ulrich, Karl T., Steven D. Eppinger, <i>Diseño y desarrollo de productos</i>, McGraw Hill/Interamericana Editores, México, 2012.	
Tema 2. De la fase creativa a la fase práctica.	
Bandoj, Javier, Gómez, Santiago. <i>La gestión de la creatividad en televisión. El caso Globo Medio</i>. Ediciones Universidad de Navarra SA. Pamplona 2004.	
De Moraes, Dênis (comp.), <i>Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital</i>, Ediciones Paidós, Buenos Aires, 2010.	
Fajardo, Carlos, <i>Estética y sensibilidades posmodernas: estudio de sus nuevos contextos y categorías</i>, México, ITESO-Universidad Iberoamericana León, 2005.	
Faure et Henri Vart, Jaques. <i>La direction de production: Cinema et Télévision</i>. Dixit, París, 2004.	
Fernández Díaz, Federico, Martínez Abadía, José. <i>La dirección de producción para cine y televisión</i>. Paidós Ediciones. Barcelona. 1994.	

González Requena, Jesús, y Amaya Ortiz de Zárate, *El spot publicitario. La metamorfosis del deseo*, Ediciones Cátedra, Madrid, 2007.

Medina Loverón, Mercedes. *Calidad y contenidos audiovisuales. Ediciones universidad de Navarra.* EUNSO. Pamplona. 2006.

Nuno Bernardo, *Transmedia 2.0. How to Create an Entertainment Brand Using a Transmedial Approach to Storytelling*, Beactive Books, Lisboa, 2014.

Tema 3. Diseño productivo (producto o empresa o proyecto o estrategia...).

Aguado, Juan Miguel, Claudio Feijóo, Inmaculada J. Martínez (coords.), *La comunicación móvil*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2013.

Alesso, H. Peter, *E-Video. Producción de video en Internet como confluencia de tecnología de banda ancha*, Pearson Educación de Colombia, Bogotá 2001.

Berwanger, Dietrich, *Cine y televisión a bajo costo*, Ediciones Ciespal, Quito, 1977.

De Moraes, Dênis (coord.), *La sociedad mediatizada*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2007.

LeBlon Wicks, Jon, et. Al. *Media Managment. A casebook approach.* Lawrence Lawrence Erlbaum Associates. Publishers. New Jersey 2003.

Miller, Toby y otros, *El Nuevo Hollywood. Del imperialismo cultural a las leyes de marketing*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona 2005.

Tema 4

Davenport, T. H. "De Long DW.: Successful knowledge management projects". *Sloan Management Review*; Winter 1998; 39, 2; ABI/INFORM Global. UK.

Ulrich, Karl y Eppinger Steven. *Diseño y desarrollo de producto.* Mc Graw-Hill. Mexico 2013.

Tema 5

Schnarch Kirberg, Alejandro. *Desarrollo de Nuevos Productos y Empresas.* McGraw-Hill Interamericana, 2009.

Ulrich, Karl y Eppinger Steven. *Diseño y desarrollo de producto.* Mc Graw-Hill. Mexico 2013.

Bibliografía complementaria:

Martel, Federico: *Cultura Mainstream cómo nacen los fenómenos de masas.* México, Taurus, 2011.

Zeithami, V. A. Bitner, M. J., et al. *Services Marketing: Integratin Customer Focus Across the Firm* Mc Graw-Hill/Irwin, Boston, MA, USA, 2006.