

GESTIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Guía de Trabajo



VISIÓN

Ser la mejor organización de educación superior posible para unir personas e ideas que buscan hacer realidad sueños y aspiraciones de prosperidad en un entorno incierto

MISIÓN

Somos una organización de educación superior que conecta personas e ideas para impulsar la innovación y el bienestar integral a través de una cultura de pensamiento y acción emprendedora.



Presentación

La presente guía se orienta a acompañarte a través del camino que te lleve al logro de las competencias de la Gestión y Producción Audiovisual, asignatura que se enfoca en desarrollar el entrenamiento para la producción televisiva integrando la creación estética con las nuevas tecnologías. Esta te orientará en el análisis del tiempo y los recursos necesarios que se necesitan en una producción audiovisual en términos profesionales

¿Qué contenidos encontrarás en esta guía? Los tópicos tratados en la asignatura son los siguientes: las variables de producción; tiempo, dinero y equipo. Los recursos financieros; el mercado y los nichos con las especificidades de cada una. La producción según el medio; periodismo, publicidad, televisión y corporativa. Además, se analiza una productora audiovisual, observando sus necesidades y recursos, clasificaciones y alcances.

Recuerda que esta guía te acompañará en el logro del resultado de aprendizaje de La Gestión y Producción Audiovisual, el cual es desarrollar proyecto televisivo integrando recursos virtuales e interactivos en la producción de un relato televisivo acorde a las nuevas tecnologías.

Es importante que revises el contenido teórico antes de desarrollar los trabajos de análisis. Recuerda leer detenidamente las indicaciones en cada caso y emplear distintas fuentes informativas a la hora de aportar tus comentarios y productos. El trabajo en equipo y tu participación serán tu carta de presentación en La Gestión y Producción Audiovisual

El autor



Primera unidad

Semana 1 – Sesión 1

EL TIEMPO

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 1	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar los tiempos en una Producción Audiovisual, los alumnos en grupos de 5, diseñan una estructura de tiempos según el género y tiempo de Realización que indique el docente para finalmente exponer una presentación en un mapa mental

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de organizar los tiempos de una producción televisiva en términos profesionales.

II. Descripción de la actividad a realizar

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas. Visualizan un video : Etapas de la producción https://www.youtube.com/watch?v=WQWZV_5G-ec

b) En equipos analizan los tiempos estimados en cada etapa de producción.

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Primera unidad

Semana 2 – Sesión 2

LA INVERSIÓN

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 1	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar los costos operativos de una Producción Audiovisual, los alumnos en grupos de 5 diseñan una estructura de costos operativos, según el género y tiempo de Realización que indique el docente para finalmente exponer una presentación en un mapa mental

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de identificar los costos operativos de una producción televisiva en términos profesionales.

II. Descripción de la actividad a realizar

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video: https://www.youtube.com/watch?v=XKUHJaAzz_0

b) En equipos analizan los costos operativos estimados en cada etapa de producción.

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Primera unidad

Semana 3 – Sesión 3

EL EQUIPO TECNOLÓGICO

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 1	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar el equipamiento necesario para una Producción Audiovisual, los alumnos en grupos de 5, diseñan una lista de requerimientos, según el género y tiempo de Realización que indique el docente

I. Propósito: Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de identificar los diferentes equipos tecnológicos que se necesita para una producción televisiva en términos profesionales.

II. Descripción de la actividad a realizar

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video: <https://youtu.be/HfLcx5sk1rl>

b) En equipos analizan los diferentes equipos audiovisuales necesarios para la Realización y postproducción

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Primera unidad

Semana 4 – Sesión 4

EL EQUIPO HUMANO

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 1	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar a los profesionales que se encargan en una Producción Audiovisual, los alumnos en grupos de 5, organizan una lista del personal, según el género y tiempo de Realización que indique el docente

I. Propósito: Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de identificar a los diferentes profesionales y las funciones que cumplen en una producción televisiva en términos profesionales.

II. Descripción de la actividad a realizar

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video: <https://www.youtube.com/watch?v=QWKfetWf-AM>

b) En equipos analizan a los diferentes profesionales y sus funciones que realizan en una producción audiovisual en sus diferentes etapas.

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.

d) Se desarrolla una prueba mixta (CONSOLIDADO 1)



Segunda unidad

Semana 5 – Sesión5

EL MERCADO AUDIOVISUAL NACIONAL

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 2	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar a los principales mercados y conglomerados en la industria de la producción audiovisual los alumnos en grupos de 5, presentaran un mapa mental

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de identificar a los diferentes agentes y mercados que se encuentran inmersos en una producción televisiva en términos profesionales.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video:

<https://produccionaudiovisual.com/produccion-tv/como-se-esta-transformando-el-negocio-de-la-television/>

b) En equipos analizan el Mercado Nacional y los diferentes agentes que se involucran en una producción audiovisual.

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Segunda unidad

Semana 6 – Sesión 6

EL MERCADO AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 2	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar a los principales mercados Internacionales y conglomerados en la industria de la producción audiovisual los alumnos en grupos de 5, presentaran un mapa mental

I. Propósito: Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de identificar a los diferentes agentes y mercados Internacionales que se encuentran inmersos en una producción televisiva en términos profesionales.

II. Descripción de la actividad a realizar

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video:

<https://telos.fundaciontelefonica.com/la-cofa/historias-de-la-television-la-cronica-de-un-sector-efervescente/>

b) En equipos analizan el Mercado Internacional y los diferentes agentes que se involucran en una producción audiovisual.

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Segunda unidad

Semana 7 – Sesión 7

LOS SEGMENTOS Y EL PÚBLICO OBJETIVO

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 2	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar a los principales segmentos de población y el público objetivo los alumnos en grupos de 5, presentarán un mapa mental

I. Propósito: Al finalizar la sesión, los estudiantes exponen en equipos usando mapas conceptuales y esquemas que representes los diferentes segmentos de población y su público objetivo

II. Descripción de la actividad a realizar

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video:

<https://www.iebschool.com/blog/segmentacion-publico-objetivo-beneficios-marketing-digital/>

b) - Los estudiantes en grupos desarrollan dinámicas de focus groups, generan entrevistas para analiza el público objetivo
- Exponen en equipo usando mapas conceptuales y esquemas que representen el público objetivo

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Segunda unidad

Semana 8 – Sesión 8

EL SPONSOR

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 2	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar a los diferentes sponsor, los alumnos en grupos de 5, presentaran un mapa mental y exponen en equipo la selección de los diferentes sponsor según temática

I. **Propósito:** Realizan un mapa mental y exponen en equipo la selección de los diferentes sponsor

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video:

<https://www.youtube.com/watch?v=qoqZtpgCKTo>

b) Trabajo práctico en equipo: identificación de los posibles SPONSOR en una producción Audiovisuales

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Tercera unidad

Semana 9 – Sesión 9

LA PRODUCCIÓN DE TELEDIARIOS

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 3	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: los equipos de trabajo agrupados en número de 5 como máximo, identifican al equipo técnico de un noticiero, y luego diseñaran una estructura de organización de un noticiero y presentaran en un mapa mental

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de identificar a los diferentes agentes que intervienen en una producción de Telediarios en términos profesionales.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video:

<https://www.youtube.com/watch?v=1TBWSJtfrU>

b) En equipos analizan un programa de noticias e identifican a los profesionales y el talento que Intervienen en la producción audiovisual.

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Tercera unidad

Semana 10 – Sesión 10

LA PRODUCCIÓN PUBLICITARIA

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 3	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: Los equipos de trabajo agrupados en número de 5 como máximo, identifican al equipo técnico en una producción publicitaria y diseñan un organigrama y representan un estudio de impacto en la publicidad televisiva de un noticiero, y luego presentan un mapa mental

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de identificar a los diferentes agentes que intervienen en una producción Publicitaria en términos profesionales.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video:

<https://adriw.com/marketing-y-publicidad/publicidad-televisiva/>

b) En equipos analizan un spot publicitario / storytelling e identifican a los profesionales y el talento que intervienen en la producción audiovisual.

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Tercera unidad

Semana 11 – Sesión 11

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 3	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: Los equipos de trabajo agrupados en número de 5 como máximo, identifican al equipo técnico en una producción de un video institucional y corporativo, diseñan un organigrama y presentan un mapa conceptual

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de identificar una producción de un video institucional y corporativo y los diferentes agentes que intervienen en términos profesionales.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan y leen el siguiente documento:

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/19976_19543.pdf

b) En equipos analizan la lectura e identifican los puntos más resaltantes

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Tercera unidad

Semana 12 – Sesión 12

LA PRODUCCIÓN CORPORATIVA

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 3	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar a los profesionales que se encargan en una Producción Corporativa, los alumnos en grupos de 5 organizan una lista del personal, según el género y tiempo de Realización que indique el docente

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante será capaz de identificar una producción corporativa y los diferentes agentes que lo componen en términos profesionales.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video:

<https://www.grupoendor.com/video-corporativos-empresas/>

b) En equipos analizan a los diferentes profesionales y sus funciones que realizan en una producción corporativa en sus diferentes etapas.

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Cuarta unidad

Semana 13 – Sesión 13

EL PROYECTO TELEVISIVO

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 4	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de identificar el género televisivo, los alumnos en grupos de 5 organizan una propuesta televisiva y exponen los procesos

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante presentara una propuesta de proyecto televisivo en términos profesionales.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Visualizan un video:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5330/UCEDA_BELOUNIS_DA_HLIA_FONDO_SITIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

b) En equipos analizan las etapas y la organización de un proyecto televisivo

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Cuarta unidad

Semana 14 – Sesión 14

COSTOS OPERATIVOS DE PRODUCCIÓN

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 4	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: luego de ver un estudio de caso, los alumnos desglosan los costos operativos de producción de su propuesta en el proyecto televisivo

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante presentara una propuesta de proyecto televisivo indicando los costos operativos de producción en términos profesionales.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Se presenta una lectura en PDF para su análisis:

<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/65827/6/atarragonagTFG0617memoria.pdf>

b) En equipos analizan los costos operativos de producción de un proyecto televisivo

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Cuarta unidad

Semana 15 – Sesión 15

IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO / PÚBLICO OBJETIVO

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 4	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: Los alumnos identifican el mercado y el público objetivo donde está orientado su propuesta en el proyecto televisivo

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante identificará el mercado y su público objetivo de la propuesta del proyecto televisivo en términos profesionales.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Se visualiza un video para su análisis:

<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-el-target>

b) En equipos analizan los diferentes mercados y el público objetivo para la realización de un proyecto televisivo

c) Redactar las conclusiones del equipo y las referencias bibliográficas consultadas.



Cuarta unidad

Semana 16 – Sesión 16

PLAN DE GESTIÓN DE PRODUCCIÓN

Sección :	Apellidos :
Docente :	Nombres :
Unidad: Unidad 4	Fecha :/...../..... Duración: 120 min

Instrucciones: Los alumnos identifican las etapas de la gestión de producción y su adaptación a su propuesta en el proyecto televisivo

I. **Propósito:** Al finalizar la sesión, el estudiante desarrollara un plan de gestión de producción identificando cada una de sus etapas y adaptándolo en su propuesta del proyecto televisivo en términos profesionales.

II. **Descripción de la actividad a realizar**

a) Trabajan en equipos de máximo cinco personas.

Se visualiza un video para su análisis:

<https://www.youtube.com/watch?v=yAzOXa5jSgk>

b) En equipos presentan su proyecto televisivo

c) Exponen su proyecto y toman nota de las observaciones hechas por sus compañeros y el docente _____



LISTA DE REFERENCIAS

- Álvarez, P. N. Tavalán, J. Avila-Cabrera y T. Costal. (2019). *Traducción y accesibilidad audiovisual*. TRANS. Revista de Traductología, (23), 349-351. <https://doi.org/10.24310/TRANS.2019.v0i23.6423>
- Cabero, J. y Marín, V. (2010): *Nuevas visiones de la televisión en el nuevo entramado mediático. Posibilidades para la educación (129-140)*. En E. del Moral (coord.). *Televisión: desarrollo de la creatividad e infancia*. Octaedro.
- Carpio, S. (2012). *Una visión de la comunicación*. En Carpio, S., *Arte y gestión de la producción audiovisual* (pp. 1-24). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Córdova, A., & Muñoz, J. (2016). *La comunicación audiovisual como herramienta para la apropiación social de la ciencia y temas urbanos: un estudio de caso en la ciudad de Popayán, Colombia*. Ruta Comunicación(7), 1-34.
- Fernández, F. M. (1999). *Manual básico del lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós.
- Filma. (2021, 28 de marzo). *Como tener tu propio programa de televisión* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qinYWuEHNS0>
- Gómez, O. (2018). *Análisis de la narrativa audiovisual y su impacto en los jóvenes colombianos*. Tesis de doctorado. Universidad de Málaga.
- Ley N° 28278 de 2004. *Ley de Radio y Televisión*. 16 de julio de 2004. El Peruano.
- Manovich, L. (2016). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós.
- Prieto, J. (2011). *Herramientas para el análisis y monitoreo en redes sociales*. International Review of Information Ethics, (16), 33-40
- Rodríguez. I. (2017). *Administración y promoción de audiovisuales y espectáculos*. Publicaciones Altaria, S.L.
- Sainz, M. (2014). *El productor audiovisual*. http://catalogo-continental.hosted.exlibrisgroup.com/F/1C5INHF41R7M1AFEBXBVGEUP41YBTX491MK7F5VD55YDDFUXUR-37475?func=full-set-set&set_number=296864&set_entry=000003&format=999
- TEVENET. (2018). *Software para producción audiovisual*. <https://silatlda.com/software-produccion-audiovisual-tevenet/>
- Valdez, S. C. (2012). *Arte y gestión de la producción audiovisual*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S.A.C.



Voces Merayo, R. (2010). *Comunicación Audiovisual sin barreras: Televisión pública, World Wide Web y Accesibilidad*. Anguroda Editores