

GUÍA DOCENTE 2025-2026

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Diseño y organización de la producción audiovisual		
PLAN ESTUDIOS:	DE	Máster Universitario en Comunicación Corporativa	
FACULTAD:	Centro de Posgrado		
CARÁCTER ASIGNATURA:	DE	LA	Optativa
ECTS:	4		
CURSO:	Primero		
SEMESTRE:	Segundo		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español		
PROFESORADO:	Dr. Federico Fernández Díez		
DIRECCIÓN ELECTRÓNICO:	DE	CORREO	federico.fernandez@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica.
CONTENIDOS:
• Tema 1. Introducción al proceso de producción audiovisual: fases, roles, organización - Subtema 1.1. El Proceso de producción de programas - Subtema 1.2. Tipología de productos audiovisuales • Tema 2. Profesionales de la producción audiovisual

- Subtema 2.1. Las profesiones en la fase de proyecto y dirección
- Subtema 2.2. 6. La escenografía
- Subtema 2.3. Profesiones en la fase de rodaje-grabación
- Subtema 2.4. Profesiones en la fase de montaje y sonorización
- Tema 3. Estudio del proyecto, financiación y modos de producción
 - Subtema 3.1. Tipos de producción (propia, coproducciones, contratos de coproducción, producciones asociadas, producción)
 - Subtema 3.2. El presupuesto
- Tema 4. Rodaje o grabación
 - Subtema 4.1. Personal en el registro
 - Subtema 4.2. Plan de trabajo
 - Subtema 4.3. Montaje
 - Subtema 4.4 Sonorización
 - Subtema 4.5 La presentación del producto

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Desarrollar las habilidades necesarias para realizar tareas propias del diseño, planificación, gestión y control de la producción audiovisual adentrándose en las diversas fases de creación y distribución del proyecto

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje cooperativo/ trabajo en grupos
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades supervisadas	Sesiones expositivas virtuales	8
	Actividades de foro	15
	Supervisión de actividades	3
	Tutorías (individual / en grupo)	8
Actividades autónomas	Preparación de las actividades de foro	12.15
	Estudio personal y lecturas	22.15
	Elaboración de trabajos (individual-en grupo)	11.4
	Realización de actividades de autoevaluación	3
	Elaboración de actividad práctica (productos comunicativos en vídeo, audio, prensa y multimedia)	14.3
Actividades de evaluación	Actividades de evaluación	3

El día del inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Actividades de debate	5%
Actividad práctica (elaboración de productos comunicativos en vídeo, audio, prensa y multimedia)	45%
Trabajo	15%
Examen final	35%

Para más información consúltase [aquí](#).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Calificación obtenida en la actividad práctica y de debate de la convocatoria ordinaria	50%
Trabajo	15%
Examen final	35%

Para más información consúltese [aquí](#).

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas por nivel de importancia:

- Fernández, F.; Moya, A. (s.f.) Diseño y organización de la producción audiovisual. Material didáctico propio elaborado para el máster.
- Siles, I. (2021). *Proyectos de comunicación digital: Planificación, ejecución y evaluación*. Editorial UOC.
- Herrera, M. (2020). *Gestión de proyectos de comunicación: Herramientas para el éxito*. Editorial Tecnos.
- Contreras Pulido, P. (2022). *Elaboración de proyectos en comunicación*. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Eguizábal, R. (2019). *Diseño y producción de proyectos de comunicación publicitaria*. Síntesis.
- Pérez, J. P. (2010) Paradigmas de la producción audiovisual en la Web 2.0. Razón y Palabra. N° 72.

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/25_Perez_72.pdf

- Casanova, J. (2016) La producción audiovisual móvil. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº12. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 231-234.

<http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/349/290>

- Azurmendi, A; Ortega-Mohedano, F; Muñoz Saldaña, M (2019). Encuesta y análisis sobre satisfacción, uso y consumo de televisiones públicas en España. La brecha generacional. Revista Latina de Comunicación Social, pp 1834 a 1863.

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1413/91es.html>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable.

- García Ruiz, C. (2021). *Gestión de proyectos: Desde el análisis hasta el desarrollo*. McGraw-Hill.
- Cruz, J. (2020). *Proyectos y estrategias en comunicación digital*. Editorial UOC.
- Fernández, J. (2022). *Metodología para el desarrollo de proyectos comunicacionales*. Tecnos.
- Albaladejo, M. (2021). *Gestión de proyectos de comunicación social y política*. Editorial Gedisa.
- Martínez, J. (2019). *Gestión de proyectos de comunicación interna y externa*. Editorial CEF.
- López, D. (2018). *Innovación y gestión en proyectos de comunicación visual*. Editorial UOC.
- Torres, C. (2021). *Evaluación de proyectos comunicacionales: Indicadores de éxito*. Ediciones Pirámide.
- Vega, R. (2020). *Proyectos de comunicación y cultura en la era digital*. Editorial Paidós.
- AA.VV. (2005). Libro Blanco del Audiovisual. Hacia una nueva política audiovisual. Ecija & Asociados. Capítulo 1 (Pp. 25-32). Madrid.
- AA.VV. (2000). Libro Blanco el Audiovisual. Cómo producir y financiar una obra audiovisual. Ecija & Asociados. Capítulo 1 (Pp. 23-27). Madrid.
- Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión; EOI Escuela de Organización Industrial. (2010). La industria audiovisual en España: Escenarios de un futuro digital. P. 250. Madrid.
- Galindo, F. (2008) Implicación tecnológica del audiovisual para dispositivos móviles. Estado de la cuestión y propuesta de modelos de producción. Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales. Nº VI.
<http://www.doxacomunicacion.es/es/hemeroteca/articulos?id=55>
- Liendo, C.; Servent, P. (2010). Pensar para la producción audiovisual multiplataforma para la Televisión Digital. En Pangea. Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación.
- López de Solís, I. (2007). Nuevos perfiles profesionales en el mundo de la documentación audiovisual: el 'researcher'. En: IX Jornadas de Gestión de la Información. 22-23 noviembre. Sedici. Pp. 139-151. Madrid.
- Medina, M. (2005). Estructura y gestión de empresas audiovisuales. Editores pamplona: EUNSA. - Pardo, A. (ed.). (2002). The Audiovisual Management Handbook. Media Business School. (L-21.415). Madrid.

WEBS DE REFERENCIA:



- Asociación de Profesionales de la Producción Audiovisual:
<http://www.asociacionappa.es/>
- Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España:
<http://www.academiadecine.com>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.