



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2018/19
Subject (*)	Distribution, Trends and Box Office		Code	616531018
Study programme	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	2nd four-month period	First	Optional	4.5
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Arrojo Baliña, María José	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es	
Lecturers	Arrojo Baliña, María José	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es	
Web				
General description				

Study programme competences

Code	Study programme competences
A1	CE1. Conocer la gestión y administración de empresas audiovisuales
A9	CE9 - Analizar y prever las tendencias de los mercados de informativos y de entretenimiento en el entorno digital
A13	CE13 - Profundizar en el análisis de los productos periodísticos y de entretenimiento desde una perspectiva práctica e internacional
A16	CE16 - Planificar e implementar acciones de comunicación y generación de contenidos en redes sociales, para proyectos informativos y de entretenimiento
B7	CG3 - Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences		
- Conocer los procesos de compra y venta de productos audiovisuales y las diferentes ventanas de explotación.	AJ1 AJ9 AJ13 AJ16	BJ7	
- Introducción a los diferentes géneros de ficción en el mercado nacional e internacional.	AJ9 AJ13		
- Relacionar los distintos géneros, cada uno poseedor de un lenguaje cinematográfico determinado, y sus resultados en taquilla.	AJ13 AJ16		

Contents

Topic	Sub-topic
-Distribución y tendencias en cine I.	- Financiación internacional de largometrajes cinematográficos
-Distribución y tendencias en cine II.	- Fondos internacionales. Incentivos fiscales.



-Distribución y tendencias en ficción de TV I.	1. ¿Qué es un productor ejecutivo? 2. Funciones básicas del productor ejecutivo. 3. El trabajo con prototipos y sus consecuencias. 4. Producir para distribuir. 5. ¿Se produce igual para OTT y cadenas generalistas? 6. Tendencias en ficción en OTT en España 2018. 7. Tendencias en ficción en cadenas generalistas en España 2018. 8. Los nuevos formatos de ficción. 9. Costes de ficción nacional. 10. La importancia de saber a quién vendemos. 11. La importancia de saber quiénes es nuestra competencia.
-Distribución y tendencias en ficción de TV II.	3. Parte 2: la TV como app 1. Nuevos hábitos de consumo 2. Escenario multiplataforma, interactivo: audiovisual a la carta.
-Distribución y tendencias en formatos.	1. Formatos de entretenimiento. - Estructura de formatos televisivos - Costes de formatos televisivos 2. Presentación de formatos 3. ¿Cómo construir un killer format? 4. La venta del formato
-Mercados.	Las claves de temporada del entretenimiento en España y fuera de nuestro país.
-Box Office.	1. Introducción a Box Office. 2. Conceptos generales Box-office. 3. Las películas más taquilleras de todos los tiempos. 4. Las películas más taquilleras en España.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Multiple-choice questions	A1	4.5	27	31.5
Laboratory practice	A13 B7	8	32	40
Supervised projects	A9 A13	4	16	20
Seminar	A1 A9 A13 A16	15	6	21
Personalized attention		0		0
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Multiple-choice questions	Respuesta por parte de los alumnos de un cuestionario tipo test.
Laboratory practice	- Análisis de la parrilla de programación semanal de un canal de televisión. - Planteamiento de un producto audiovisual según las instrucciones planteadas en clase. - Análisis de productoras audiovisuales.



Supervised projects	Trabajo por pareja de una de las dos prácticas que propone el docente: 1. Proponer dos formatos señalando a continuación: TÍTULO SINOPSIS EN UN PÁRRAFO POSIBLE/S CLIENTE/S QUÉ HUECO CUBRE, QUÉ SOLUCIONA AL CLIENTE/S CARAS QUE PROTAGONIZAN EL FORMATO 2. Los alumnos se convertirán en directores de contenido de una cadena generalista española. Con un presupuesto de 15.000 euros, los alumnos tendrán que adquirir dos formatos en un mercado internacional y contestar a los siguientes campos en cada formato: QUÉ CADENA SON TÍTULO ORIGINAL TÍTULO DE LA ADAPTACIÓN ESPAÑOLA DÍA Y HORA DE EMISIÓN ¿QUÉ PROBLEMA SOLUCIONA A MI CADENA ESTE FORMATO? CARA O CARAS (presentador, actores?).
Seminar	Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura.

Personalized attention

Methodologies	Description
Multiple-choice questions	La atención personalizada que se describe para estas metodologías se concibe como momentos de trabajo presencial con el profesor para la atención y seguimiento del trabajo realizado por cada alumno. Implican una participación obligatoria para el alumnado. La forma y el momento en que se desenvolverá se indicará en relación a cada actividad a lo largo del curso según el plan de trabajo de la materia.
Laboratory practice	

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Multiple-choice questions	A1	La prueba tipo test corresponde al examen final sobre evaluación de los contenidos teóricos de la materia. Consistirá en dar respuesta a varias cuestiones de carácter comprensivo que implicarán un tratamiento global e integrado de los contenidos teóricos abordados a lo largo del curso.	20
Laboratory practice	A13 B7	En relación con las prácticas de laboratorio se valorará: - El manejo de los conceptos explicados en clase. - El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La adecuación metodológica de las propuestas de trabajo. - La profundidad del contenido.	30
Supervised projects	A9 A13	En relación con los trabajos tutelados se valorará: - La adecuación metodológica de las propuestas de trabajo. - La profundidad del contenido. - El dominio de las aplicaciones utilizadas en la elaboración de las propuestas socioeducativas. - El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La utilización de fuentes documentales complementarias y actuales.	50

Assessment comments



Sources of information

Basic	- Alex Mendíbil (). España en serie. Ed. Aguilar - Marlon Quintero (). Innovation for Media Content Creation. Tools and strategies for delivering successful content. J. Ross Publishing - Tara Bennett (). Showrunners ? The art of running TV Shows. Titan Books - Laura Miñarro (). Cómo vender una obra audiovisual. Ed. UOC - David Mamet (). Una profesión de putas. Editorial Debate - Jean Claude Carriere (). La película que no se ve. Editorial Paidós - Paul Boross, The Pitch Doctor (). The Pitching Bible. CGW Publishing - Brandon Tartikoff (). The last great ride. Turtle Bay Books - Don Hewitt (). Tell me a story. Public Affairs Books - Stephanie Palmer (). Good in a room. Currency Books - Storytelling para el éxito (). Peter Gruber. Ed Empresa Activa
Complementary	

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.