



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Distribución, Tendencias e Box Office		Código	616531018
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	4.5
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Profesorado	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Web				
Descrición xeral	O alumno coñecerá os procesos de compra e venda de produtos audiovisuais e as diferentes xanelas de explotación. Familiarizarase cos diferentes xéneros de ficción no mercado nacional e internacional e aprenderá a establecer unha relación entre os distintos xéneros, cada un posuidor dunha linguaxe cinematográfica determinada, e os seus resultados en taquilla.			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
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

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias / Resultados do título	
- Coñecer os procesos de compra e venda de produtos audiovisuais e as diferentes xanelas de explotación.		AP1	BP7
		AP9	
		AP13	
		AP16	
- Introducción aos diferentes xéneros de ficción no mercado nacional e internacional.		AP9	
		AP13	
- Relacionar os distintos xéneros, cada un posuidor dunha linguaxe cinematográfica determinada, e os seus resultados en taquilla.		AP13	
		AP16	

Contidos	
Temas	Subtemas
-Distribución e tendencias en cinema I.	1. Produtor versus Distribuidor. 2. Xanelas de explotación 2.1. longametraxes 2.2. series de ficción



-Distribución e tendencias en cinema II.	<ol style="list-style-type: none">1. Business Plan2. Box Office3. Os Mercados nacional e internacional4. Festivais e mercados
-Distribución e tendencias en ficción de TV I.	<ol style="list-style-type: none">1. Que é un produtor executivo?2. Funcións básicas do produtor executivo.3. O traballo con prototipos e as súas consecuencias.4. Producir para distribuír.5. A importancia de saber a quen vendemos.6. A importancia de saber quen é a nosa competencia.
-Distribución e tendencias en ficción de TV II.	<ol style="list-style-type: none">1. Novas contornas dixitais. a produción e a distribución en OTT e en cadeas xeneralistas2. Tendencias en ficción en OTT en España 20183. Tendencias en ficción en cadeas xeneralistas en España 20184. Os novos formatos de ficción5. Custos de ficción nacional.
-Distribución e tendencias en formatos.	<ol style="list-style-type: none">1. Formatos de entretemento.<ul style="list-style-type: none">- Estrutura de formatos televisivos- Custos de formatos televisivos2. Presentación de formatos3. Como construír un killer format?4. A venda do formato
-Mercados.	<ol style="list-style-type: none">1. O contido:<ul style="list-style-type: none">- Ficción vs Entretemento.- O percorrido do contido.- O potencial comercial.2. A comercialización do contido:<ul style="list-style-type: none">- Tipos de dereitos.- Formato.- Por que adaptar un formato.- Que é un formato: elementos, custo.- Protección xurídica3. Mercados:<ul style="list-style-type: none">- Mercados máis importantes.- Asistentes.- Como funcionan.- Material de márketing.- Casetas.- Conferencias.- Prensa.4. Que está a ocorrer nos mercados.
-Box Office.	<ol style="list-style-type: none">1. Introducción a Box Office.2. Conceptos xerais Box-office.3. As películas máis taquilleras de todos os tempos.

Planificación

Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
-----------------------	---------------------------	---	-------------------------	--------------



Prácticas de laboratorio	A13 B7	7	31.5	38.5
Traballos tutelados	A9 A13	9.5	42.75	52.25
Seminario	A1 A9 A13 A16	15	6.75	21.75
Atención personalizada		0		0

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	<ul style="list-style-type: none"> - Análise da grella de programación semanal dunha canle de televisión. - Formulación dun produto audiovisual segundo as instrucións expostas en clase. - Análise de produtoras audiovisuais. - Análise do despacho de billetes dunha película que os alumnos elixan.
Traballos tutelados	<p>Traballo por parella dunha das dúas prácticas que propón o docente:</p> <p>1. Propoñer dous formatos sinalando a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título. - Sinopse nun parágrafo. - Posibles clientes. - Que oco cobre, que soluciona ao cliente/s. - Caras que protagonizan o formato. <p>2. Os alumnos converteranse en directores de contido dunha cadea xeneralista española. Cun orzamento de 15.000 euros, os alumnos terán que adquirir dous formatos nun mercado internacional e contestar aos seguintes campos en cada formato:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Que cadeas son. - Título orixinal. - Título da adaptación española. - Día e hora de emisión. - Que problema soluciona á miña cadea este formato? - Cara ou caras (presentador, actores?). <p>3. Deseñar un plan de distribución do proxecto de cada alumno contestando as seguintes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A que tipo de distribuidoras encomendaríaslle a súa comercialización? - En que países crees que terá un mellor percorrido? - Crees que funcionaría mellor como lata ou como formato? - En que mercados crees que debería presentalo a distribuidora?
Seminario	Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	A atención personalizada que se describe para estas metodoloxías concíbese como momentos de traballo presencial co profesor para a atención e seguimento do traballo realizado por cada alumno. Implican unha participación obrigatoria para o alumnado. A forma e o momento en que se desenvolverá indícarase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materia.

Avaliación



Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Prácticas de laboratorio	A13 B7	En relación coas prácticas de laboratorio valorarase: - O manexo das ferramentas informáticas explicadas en clase. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido.	50
Traballos tutelados	A9 A13	En relación cos traballos tutelados valorarase: - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido. - O dominio das aplicacións utilizadas na elaboración das propostas socioeducativas. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A utilización de fontes documentais complementarias e actuais.	50

Observacións avaliación

Fontes de información

Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"> - 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
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías