



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Distribución, Tendencias y Box Office		Código	616531018
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Optativa	4.5
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Profesorado	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Web				
Descripción general	El alumno conocerá los procesos de compra y venta de productos audiovisuales y las diferentes ventanas de explotación. Se familiarizará con los diferentes géneros de ficción en el mercado nacional e internacional y aprenderá a establecer una relación entre los distintos géneros, cada uno poseedor de un lenguaje cinematográfico determinado, y sus resultados en taquilla.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del 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 de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje		Competencias / Resultados del título	
- Conocer los procesos de compra y venta de productos audiovisuales y las diferentes ventanas de explotación.		AP1	BP7
		AP9	
		AP13	
		AP16	
- Introducción a los diferentes géneros de ficción en el mercado nacional e internacional.		AP9	
		AP13	
- Relacionar los distintos géneros, cada uno poseedor de un lenguaje cinematográfico determinado, y sus resultados en taquilla.		AP13	
		AP16	

Contenidos	
Tema	Subtema
-Distribución y tendencias en cine I.	1. Productor versus Distribuidor. 2. Ventanas de explotación 2.1. largometrajes 2.2. series de ficción



-Distribución y tendencias en cine II.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Business Plan</li><li>2. Box Office</li><li>3. Los Mercados nacional e internacional</li><li>4. Festivales y mercados</li></ol>
-Distribución y tendencias en ficción de TV I.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Qué es un productor ejecutivo?</li><li>2. Funciones básicas del productor ejecutivo.</li><li>3. El trabajo con prototipos y sus consecuencias.</li><li>4. Producir para distribuir.</li><li>5. La importancia de saber a quién vendemos.</li><li>6. La importancia de saber quién es nuestra competencia.</li></ol>
-Distribución y tendencias en ficción de TV II.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Nuevos entornos digitales. la producción y la distribución en OTT y en cadenas generalistas</li><li>2. Tendencias en ficción en OTT en España 2018</li><li>3. Tendencias en ficción en cadenas generalistas en España 2018</li><li>4. Los nuevos formatos de ficción</li><li>5. Costes de ficción nacional.</li></ol>
-Distribución y tendencias en formatos.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Formatos de entretenimiento.<ul style="list-style-type: none"><li>- Estructura de formatos televisivos</li><li>- Costes de formatos televisivos</li></ul></li><li>2. Presentación de formatos</li><li>3. ¿ Cómo construir un killer format?</li><li>4. La venta del formato</li></ol>
-Mercados.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El contenido:<ul style="list-style-type: none"><li>- Ficción vs Entretenimiento.</li><li>- El recorrido del contenido.</li><li>- El potencial comercial.</li></ul></li><li>2. La comercialización del contenido:<ul style="list-style-type: none"><li>- Tipos de derechos.</li><li>- Formato.</li><li>- Por qué adaptar un formato.</li><li>- Qué es un formato: elementos, coste.</li><li>- Protección jurídica</li></ul></li><li>3. Mercados:<ul style="list-style-type: none"><li>- Mercados más importantes.</li><li>- Asistentes.</li><li>- Cómo funcionan.</li><li>- Material de marketing.</li><li>- Stands.</li><li>- Conferencias.</li><li>- Prensa.</li></ul></li><li>4. Qué está ocurriendo en los mercados.</li></ol>
-Box Office.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Introducción a Box Office.</li><li>2. Conceptos generlaes Box-office.</li><li>3. Las películas más taquilleras de todos los tiempos.</li></ol>

## Planificación

Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
------------------------	---------------------------	---	------------------------	---------------



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

(\*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de la parrilla de programación semanal de un canal de televisión.</li> <li>- Planteamiento de un producto audiovisual según las instrucciones planteadas en clase.</li> <li>- Análisis de productoras audiovisuales.</li> <li>- Análisis de la taquilla de una película que los alumnos elijan.</li> </ul>
Trabajos tutelados	<p>Trabajo por pareja de una de las dos prácticas que propone el docente:</p> <p>1. Proponer dos formatos señalando a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Título.</li> <li>- Sinopsis en un párrafo.</li> <li>- Posibles clientes.</li> <li>- Qué hueco cubre, qué soluciona al cliente/s.</li> <li>- Caras que protagonizan el formato.</li> </ul> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qué cadenas son.</li> <li>- Título original.</li> <li>- Título de la adaptación española.</li> <li>- Día y hora de emisión.</li> <li>- ¿Qué problema soluciona a mi cadena este formato?</li> <li>- Cara o caras (presentador, actores?).</li> </ul> <p>3. Diseñar un plan de distribución del proyecto de cada alumno contestando las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿A qué tipo de distribuidoras le encomendarías su comercialización?</li> <li>- ¿En qué países crees que tendrá un mejor recorrido?</li> <li>- ¿Crees que funcionaría mejor como lata o como formato?</li> <li>- ¿En qué mercados crees que debería presentarlo la distribuidora?</li> </ul>
Seminario	Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	A atención personalizada que se describe para estas metodologías concíbese como momentos de trabajo 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 indicárase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materia.

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación



Prácticas de laboratorio	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.	50
Trabajos tutelados	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

### Observaciones evaluación

### Fuentes de información

<b>Básica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Alex Mendíbil (). España en serie. Ed. Aguilar</li><li>- Marlon Quintero (). Innovation for Media Content Creation. Tools and strategies for delivering successful content. J. Ross Publishing</li><li>- Tara Bennett (). Showrunners ? The art of running TV Shows. Titan Books</li><li>- Laura Miñarro (). Cómo vender una obra audiovisual. Ed. UOC</li><li>- David Mamet (). Una profesión de putas. Editorial Debate</li><li>- Jean Claude Carriere (). La película que no se ve. Editorial Paidós</li><li>- Paul Boross, The Pitch Doctor (). The Pitching Bible. CGW Publishing</li><li>- Brandon Tartikoff (). The last great ride. Turtle Bay Books</li><li>- Don Hewitt (). Tell me a story. Public Affairs Books</li><li>- Stephanie Palmer (). Good in a room. Currency Books</li><li>- Storytelling para el éxito (). Peter Gruber. Ed Empresa Activa</li></ul>
<b>Complementaria</b>	

### Recomendaciones

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

#### Asignaturas que continúan el temario

#### Otros comentarios

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías