



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 Plan 2. Box Office 3. Os Mercados nacional e internacional 4. 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 xeneralistas 2. Tendencias en ficción en OTT en España 2018 3. Tendencias en ficción en cadeas xeneralistas en España 2018 4. Os novos formatos de ficción 5. 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 televisivos 2. Presentación de formatos 3. 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 xurídica 3. 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