



Guía Docente				
Datos Identificativos			2020/21	
Asignatura (*)	Distribución, Tendencias e Box Office		Código	616531018
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	4.5
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Departamento profesorado másterHumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es
Profesorado	Arrojo Baliña, María José López Fernández, Alicia Monzón Fueyo, Manuel Nido Rodríguez, Mª Fernanda del Pena Pérez, Jaime Pérez Sánchez de Silva, Francisco Javier		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es alicia.lopez.fernandez@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.			



Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Non se realizarán cambios 2. Metodoloxías Metodoloxías docentes que se manteñen - Traballos tutelados (con atención personalizada, computa na avaliación) - Seminarios profesionais - Prácticas de laboratorio (poden facerse online, con atención personalizada, computa na avaliación) Metodoloxías docentes que se modifican 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado - Correo electrónico: Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuales para resolver dúbidas e facer o seguimento dos traballos tutelados. - Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia. - Teams: esta plataforma utilizarase para as clases maxistras, os seminarios con profesionais, segundo o horario establecido, e para o seguimento e apoio na realización dos traballos tutelados e prácticas en laboratorio. Esta dinámica permite facer un seguimento normalizado e axustado ás necesidades da aprendizaxe do alumnado para desenvolver o traballo da materia. A través de Teams os alumnos tamén poden trasladar consultas. 4. Modificacións na avaliación Observacións de avaliación: Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que: - As referencias ao cómputo da asistencia, que só se realizará respecto das sesións que houbo presenciais ata o momento no que se suspendeu a actividade presencial. REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA: 1. Asistir e participar regularmente nas actividades da clase. 2. Obter unha puntuación do 50% do peso de cada unha das partes obxecto de avaliación 3. Entregar e expoñer os traballos tutelados na data que se indique. 4. A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios ca de xuño. 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía - Non se realizarán cambios
----------------------	---

Competencias do título	
Código	Competencias 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 do título		
- Coñecer os procesos de compra e venda de produtos audiovisuais e as diferentes xanelas de explotación.	AP1 AP9 AP13 AP16	BP7	
- Introducción aos diferentes xéneros de ficción no mercado nacional e internacional.	AP9 AP13		
- Relacionar os distintos xéneros, cada un posuídor 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.	1. Que é a distribución?: 1.1. Xanelas de explotación 1.2. Tipos de distribuidoras 1.3. Equipo nunha distribuidora 2. Adquisición dunha película: 2.1. Proceso de adquisición 2.2. Diferenzas entre adquisicións de diferentes procedencias 3. Proceso de lanzamento dunha película en cinemas e noutras plataformas
-Distribución e tendencias en ficción de TV I.	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.	1. Definición de xanelas: 1.1. Free TV 1.2. Pay TV 1.3. OTT 1.4. Outros 2. Modelo tradicional vs. Novo modelo: 2.1. Modelo tradicional de explotación por xanelas 2.2. Cambio de modelo ? Causas e consecuencias 2.3. Novo modelo de explotación por xanelas ? Actores e estratexias 3. Modelos de negocio: 3.1. Como compra un Free TV? ? En España e fóra de España 3.2. Como compra un Pay TV? 3.3. Como compra un SVOD? ? Plataformas mundiais e non mundiais 4. Que modelo interésame como produtor? ? Por que e como



-Distribución e tendencias en formatos.	1. Formatos de entretemento. - Estrutura de formatos televisivos - Custos de formatos televisivos 2. Presentación de formatos 3. Como construír un killer format? 4. A venda do formato
-Mercados.	1. O contido: - Ficción vs Entretemento. - O percorrido do contido. - O potencial comercial. 2. A comercialización do contido: - Tipos de dereitos. - Formato. - Por que adaptar un formato. - Que é un formato: elementos, custo. - Protección xurídica 3. Mercados: - Mercados máis importantes. - Asistentes. - Como funcionan. - Material de márketing. - Casetas. - Conferencias. - Prensa. 4. Que está a ocorrer nos mercados.
-Box Office.	1. Introducción a Box Office. 2. Conceptos xerais Box- office. 3. As películas máis taquilleras de todos os tempos.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Prácticas de laboratorio	A13 B7	6.5	45.5	52
Traballos tutelados	A9 A13	5	35	40
Seminario	A1 A9 A13 A16	20	0.5	20.5
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	- 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	Traballo por parella dunha das dúas prácticas que propón o docente: 1. Propoñer dous formatos sinalando a continuación: - Título. - Sinopse nun parágrafo. - Posibles clientes. - Que oco cobre, que soluciona ao cliente/s. - Caras que protagonizan o formato. 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: - 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?). 3. Deseñar un plan de distribución do proxecto de cada alumno contestando as seguintes preguntas: - 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 indicárase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materia.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	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

- 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