



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|---|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2020/21 |
| Asignatura (*) | Distribución, Tendencias e Box Office | Código | 616531018 | |
| Titulación | Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual | | | |
| Descriptorios | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Mestrado Oficial | 2º cuadrimestre | Primeiro | Optativa | 4.5 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Departamento profesorado máster Humanidades Socioloxía 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 posuídor dunha linguaxe cinematográfica determinada, e os seus resultados en taquilla. | | | |



| | |
|-----------------------------|---|
| Plan de continxencia | <p>1. Modificacións nos contidos</p> <p>Non se realizarán cambios</p> <p>2. Metodoloxías</p> <p>Metodoloxías docentes que se manteñen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Traballos tutelados (con atención personalizada, computa na avaliación) - Seminarios profesionais - Prácticas de laboratorio (poden facerse online, con atención personalizada, computa na avaliación) <p>Metodoloxías docentes que se modifican</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>4. Modificacións na avaliación</p> <p>Observacións de avaliación:</p> <p>Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía</p> <ul style="list-style-type: none"> - Non se realizarán cambios |
|-----------------------------|---|

| 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 AP9 AP13 AP16 | BP7 | |
| - 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. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Produtor versus Distribuidor. 2. Xanelas de explotación <ol style="list-style-type: none"> 2.1. longametraxes 2.2. series de ficción |
| -Distribución e tendencias en cinema II. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Que é a distribución?: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Xanelas de explotación 1.2. Tipos de distribuidoras 1.3. Equipo nunha distribuidora 2. Adquisición dunha película: <ol style="list-style-type: none"> 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. | <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. Definición de xanelas: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Free TV 1.2. Pay TV 1.3. OTT 1.4. Outros 2. Modelo tradicional vs. Novo modelo: <ol style="list-style-type: none"> 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: <ol style="list-style-type: none"> 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. | <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 | 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 | <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 | <p>En relación coas prácticas de laboratorio valorarase:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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