



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 cuatrimestre	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 posuidor dunha linguaxe cinematográfica determinada, e os seus resultados en taquilla.			



<b>Plan de continxencia</b>	<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"> <li>- Traballos tutelados (con atención personalizada, computa na avaliación)</li> <li>- Seminarios profesionais</li> <li>- Prácticas de laboratorio (poden facerse online, con atención personalizada, computa na avaliación)</li> </ul> <p>Metodoloxías docentes que se modifican</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Correo electrónico: Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuales para resolver dúbidas e facer o seguimento dos traballos tutelados.</li> <li>- Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia.</li> <li>- 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 alumando para desenvolver o traballo da materia. A través de Teams os alumnos tamén poden trasladar consultas.</li> </ul> <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"> <li>- 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.</li> </ul> <p>REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asistir e participar regularmente nas actividades da clase.</li> <li>2. Obter unha puntuación do 50% do peso de cada unha das partes obxecto de avaliación</li> <li>3. Entregar e expoñer os traballos tutelados na data que se indique.</li> <li>4. A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios ca de xuño.</li> </ol> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Non se realizarán cambios</li> </ul>
-----------------------------	---

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

<b>Resultados da aprendizaxe</b>
----------------------------------



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"> <li>1. Produtor versus Distribuidor.</li> <li>2. Xanelas de explotación               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. longametraxes</li> <li>2.2. series de ficción</li> </ol> </li> </ol>
-Distribución e tendencias en cinema II.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Que é a distribución?:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Xanelas de explotación</li> <li>1.2. Tipos de distribuidoras</li> <li>1.3. Equipo nunha distribuidora</li> </ol> </li> <li>2. Adquisición dunha película:               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Proceso de adquisición</li> <li>2.2. Diferenzas entre adquisicións de diferentes procedencias</li> </ol> </li> <li>3. Proceso de lanzamento dunha película en cinemas e noutras plataformas</li> </ol>
-Distribución e tendencias en ficción de TV I.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Que é un produtor executivo?</li> <li>2. Funcións básicas do produtor executivo.</li> <li>3. O traballo con prototipos e as súas consecuencias.</li> <li>4. Producir para distribuír.</li> <li>5. A importancia de saber a quen vendemos.</li> <li>6. A importancia de saber quen é a nosa competencia.</li> </ol>
-Distribución e tendencias en ficción de TV II.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición de xanelas:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Free TV</li> <li>1.2. Pay TV</li> <li>1.3. OTT</li> <li>1.4. Outros</li> </ol> </li> <li>2. Modelo tradicional vs. Novo modelo:               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Modelo tradicional de explotación por xanelas</li> <li>2.2. Cambio de modelo ? Causas e consecuencias</li> <li>2.3. Novo modelo de explotación por xanelas ? Actores e estratexias</li> </ol> </li> <li>3. Modelos de negocio:               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Como compra un Free TV? ? En España e fóra de España</li> <li>3.2. Como compra un Pay TV?</li> <li>3.3. Como compra un SVOD? ? Plataformas mundiais e non mundiais</li> </ol> </li> <li>4. Que modelo interésame como produtor? ? Por que e como</li> </ol>



-Distribución e tendencias en formatos.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formatos de entretemento. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrutura de formatos televisivos</li> <li>- Custos de formatos televisivos</li> </ul> </li> <li>2. Presentación de formatos</li> <li>3. Como construír un killer format?</li> <li>4. A venda do formato</li> </ol>
-Mercados.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. O contido: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ficción vs Entretemento.</li> <li>- O percorrido do contido.</li> <li>- O potencial comercial.</li> </ul> </li> <li>2. A comercialización do contido: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de dereitos.</li> <li>- Formato.</li> <li>- Por que adaptar un formato.</li> <li>- Que é un formato: elementos, custo.</li> <li>- Protección xurídica</li> </ul> </li> <li>3. Mercados: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercados máis importantes.</li> <li>- Asistentes.</li> <li>- Como funcionan.</li> <li>- Material de márketing.</li> <li>- Casetas.</li> <li>- Conferencias.</li> <li>- Prensa.</li> </ul> </li> <li>4. Que está a ocorrer nos mercados.</li> </ol>
-Box Office.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción a Box Office.</li> <li>2. Conceptos xerais Box- office.</li> <li>3. As películas máis taquilleras de todos os tempos.</li> </ol>

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"> <li>- Análise da grella de programación semanal dunha canle de televisión.</li> <li>- Formulación dun produto audiovisual segundo as instrucións expostas en clase.</li> <li>- Análise de produtoras audiovisuais.</li> <li>- Análise do despacho de billetes dunha película que os alumnos elixan.</li> </ul>



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"> <li>- Título.</li> <li>- Sinopse nun parágrafo.</li> <li>- Posibles clientes.</li> <li>- Que oco cobre, que soluciona ao cliente/s.</li> <li>- Caras que protagonizan o formato.</li> </ul> <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"> <li>- Que cadeas son.</li> <li>- Título orixinal.</li> <li>- Título da adaptación española.</li> <li>- Día e hora de emisión.</li> <li>- Que problema soluciona á miña cadea este formato?</li> <li>- Cara ou caras (presentador, actores?).</li> </ul> <p>3. Deseñar un plan de distribución do proxecto de cada alumno contestando as seguintes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A que tipo de distribuidoras encomendaríaslle a súa comercialización?</li> <li>- En que países crees que terá un mellor percorrido?</li> <li>- Crees que funcionaría mellor como lata ou como formato?</li> <li>- En que mercados crees que debería presentalo a distribuidora?</li> </ul>
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"> <li>- O manexo das ferramentas informáticas explicadas en clase.</li> <li>- O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar.</li> <li>- A adecuación metodolóxica das propostas de traballo.</li> <li>- A profundidade do contido.</li> </ul>	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

<b>Bibliografía 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>Bibliografía complementaria</b>	

### 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