



Guía Docente				
Datos Identificativos				2021/22
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	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 posuídor 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 alumnado 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. Presentación BTEAM</li> <li>2. Adquisición dunha película.               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Como é este proceso.</li> <li>2.2. Tipos de compras ? cinema español vs. cinema internacional</li> <li>2.3. Propostas de Distribución Internacionais e Nacionais.</li> <li>2.4. Vantaxes da Coprodución vs. Distribución.</li> <li>2.5. Deal Memo e Contrato de Adquisición.</li> <li>2.6. Estimados de Negocio</li> </ol> </li> <li>3. A Distribución desde o inicio da produción:               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Desenvolvemento: plan de comercialización; contratos de distribución e investimento en P&amp;A (obrigacións ICAA vs. realidade)</li> <li>3.2. Produción: materiais de rodaxe; prensa; xestión de talento.</li> <li>3.3. Posproducción: materiais de distribución, fotos, cartel e tráiler teaser. Onde termina o traballo do produtor e empeza o do distribuidor.</li> </ol> </li> <li>4. Que pasa cunha película desde que se compra ata que se estrea.               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Lanzamento en cinemas</li> <li>4.2. Data do trinquete en cinemas ou dating. Importancia.</li> <li>4.3. Estratexia de festivais (nacionais e internacionais)</li> <li>4.4. Estratexia de lanzamento. Posicionamento e mensaxe. DAFO e P&amp;A.</li> <li>4.5. Creación de pezas creativas: cartel, trailer</li> <li>4.6. Accións de comunicación e márketing. RRSS.</li> <li>4.7. Axencia de prensa?</li> <li>4.8. Resultados, Premios, posibilidade de reestrea e retorno do investimento.</li> <li>4.9. Lanzamento en VOD e DVD</li> <li>4.10. Outras canles alternativas de distribución</li> </ol> </li> </ol>



<p>-Distribución e tendencias en ficción de TV I.</p>	<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. Prodúcese igual para OTT e cadeas xeneralistas?</li><li>6. Tendencias en ficción en OTT en España 2020</li><li>7. Tendencias en ficción en cadeas xeneralistas en España 2020</li><li>8. Os novos formatos de ficción</li><li>9. Custos de ficción nacional</li><li>10. A importancia de saber a quen vendemos.</li><li>11. A importancia de saber quen é a nosa competencia</li></ol>
<p>-Distribución e tendencias en ficción de TV II.</p>	<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><li>5. Televisión de pago en España: contexto xeral.</li><li>6. Plataformas, servizos e canles.</li><li>7. Canles de televisión de pago: organización interna:</li><li>8. Departamento de contidos:<ol style="list-style-type: none"><li>8.1. Compras:<ol style="list-style-type: none"><li>8.1.1. Catálogo propio, acordo marco.</li><li>8.1.2. Allea: Mercados, selección ou negociación.</li></ol></li><li>8.2. Programación:<ol style="list-style-type: none"><li>8.2.1. Obxectivos</li><li>8.2.2. Análise audiencia</li><li>8.2.3. Estratexia Grella</li><li>8.2.4. Estreas e repeticións</li></ol></li><li>8.3. Producción:<ol style="list-style-type: none"><li>8.3.1. Contexto</li><li>8.3.2. Modelos</li><li>8.3.3. Estratexia</li><li>8.3.4. Formatos</li><li>8.3.5. Procesos</li></ol></li></ol></li><li>9. Distribución: Nacional e internacional</li></ol>
<p>-Distribución e tendencias en formatos.</p>	<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. Definición dos elementos básicos dun documento de venda:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Título</li> <li>1.2. Xénero e subgénero</li> <li>1.3. En caso de TV: Formato (Número episodios x duración) e Tempadas: Serie pechada ? continuidade.</li> <li>1.4. Logline: como construír un bo logline.</li> <li>1.5. Sinopse argumental</li> <li>1.6. Personaxes (en caso de Ficción)</li> <li>1.7. Mecánica (en caso de Entretenemento)</li> </ol> </li> <li>2. Definición dos elementos adicionais:             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Ficha técnica e artística (se existe)</li> <li>2.2. Máis: Baséase nunha novela previa ou unha serie previa?</li> <li>2.3. Sinopse episódicas (Ficción seriada)</li> <li>2.4. Proxección das seguintes tempadas (Ficción seriada)</li> <li>2.5. BIO Produtora + Talento</li> <li>2.6. Contido 360 - Proxecto transmedia</li> </ol> </li> <li>3. Os Nons: aspectos que debemos evitar.</li> <li>4. Tono e Estilo</li> <li>5. O deseño do documento</li> <li>6. A venda persoal</li> <li>7. Contexto</li> <li>8. Función</li> <li>9. Adaptabilidade</li> <li>10. Entender que son as vendas internacionais.</li> <li>11. Comprender as bases da relación Produtor ? Axente de Vendas</li> <li>12. Coñecer os termos legais básicos da distribución e detectar puntos sensibles</li> <li>13. Aproximarse ao funcionamento do circuíto de festivais</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	- Toma de decisións no lanzamento da película ?El Olvido que Seremos? de Fernando Trueba. - Definición do roteiro empresarial e creativo dun proxecto informativo ou programa xornalístico dependendo da plataforma: Netflix, Disney+, Amazon e Movistar.
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 / Resultados	Descrición	Cualificación
Prácticas de laboratorio	A13 B7	En relación coas prácticas de laboratorio valorárase: - 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 valorárase: - 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>	- 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
<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