



## Teaching Guide

Identifying Data					2018/19
<b>Subject (*)</b>	Financing of Audiovisual Content and Projects		<b>Code</b>	616531017	
<b>Study programme</b>	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual				
Descriptors					
<b>Cycle</b>	<b>Period</b>	<b>Year</b>	<b>Type</b>	<b>Credits</b>	
Official Master's Degree	2nd four-month period	First	Optional	4.5	
<b>Language</b>	Spanish				
<b>Teaching method</b>	Face-to-face				
<b>Prerequisites</b>					
<b>Department</b>	Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
<b>Coordinador</b>	Formoso Barro, Maria Josefa	<b>E-mail</b>	m.formoso@udc.es		
<b>Lecturers</b>	Formoso Barro, Maria Josefa	<b>E-mail</b>	m.formoso@udc.es		
<b>Web</b>					
<b>General description</b>					

## Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
A1	CE1. Conocer la gestión y administración de empresas audiovisuales
A8	CE8. Encontrar medios de financiación para proyectos comunicativos de informativos o de entretenimiento
A11	CE11 - Elaborar presupuestos, cronogramas y planes de trabajo en un proyecto comunicativo
B2	CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B8	CG5 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras

## Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences / results		
- Conocer los recursos económicos y financieros empleados en las producciones audiovisuales.	AJ1 AJ8 AJ11	BJ2 BJ8	
- Estudiar las herramientas de financiación de obras audiovisuales.	AJ1 AJ8	BJ8	
- Aprender la correcta forma de gestionar recursos técnicos, humanos y presupuestarios en las producciones audiovisuales.	AJ1	BJ2	

## Contents

Topic	Sub-topic



<p>-Financiación y coproducción internacional.</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El pitching o cómo vender un proyecto.<ul style="list-style-type: none"><li>- La técnica del pitching.</li></ul></li><li>2. Coproducción y financiación:<ul style="list-style-type: none"><li>- Los elementos necesarios para atraer a un coproductor internacional: dossier / packaging.</li><li>- El presupuesto de desarrollo, el presupuesto de producción, el plan de financiación, el worksplit.</li><li>- La coproducción: vía oficial ? no oficial. Acuerdos bilaterales de coproducción.</li><li>- Aspectos contractuales de la negociación.</li><li>- Elaboración de un Plan de financiación y de explotación.</li></ul></li><li>3. Nuevas maneras de financiar y producir:<ul style="list-style-type: none"><li>- La nueva cadena de valor: nuevos paradigmas.</li><li>- Los diferentes derechos implicados.</li><li>- Los diferentes recursos financieros.</li><li>- Los nuevos ecosistemas televisivos y de plataformas.</li></ul></li><li>4. El mercado de los proyectos.</li></ol>
<p>-Presupuestos y financiación.</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Producción Ejecutiva:<ul style="list-style-type: none"><li>- Qué es un productor ejecutivo.</li><li>- El trabajo del productor desde la idea inicial hasta la entrega y comercialización del producto audiovisual.</li></ul></li><li>2. Cómo diseñar una producción:<ul style="list-style-type: none"><li>- Preguntas claves para poder poner en marcha una producción.</li><li>- Cómo definir bien un proyecto antes de presupuestar.</li><li>- Primero el contenido, después los objetivos y por último el presupuesto.</li></ul></li><li>3. El presupuesto:<ul style="list-style-type: none"><li>- La relación entre números y el producto final.</li><li>- Decisiones de presupuesto que condicionan la calidad del proyecto.</li><li>- Modelos de presupuesto en España.</li></ul></li></ol>
<p>-Financiación de proyectos SGR.</p>	<p>SITUACIÓN DEL PANORAMA AUDIOVISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Cambio en el análisis de riesgos a nivel mundial. El punto de vista de las Entidades Financieras. CREA SGR</li><li>- Dificultades financieras del sector</li><li>- Cambios en el modelo de financiación.</li></ul>
<p>-Recursos económicos y financieros.</p>	



-Financiación de videojuegos.	<p>Producción de Videojuegos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mapa de la industria de videojuegos en España y el mundo</li> <li>-Esquema de una productora de videojuegos</li> <li>-Formatos de producto</li> <li>-Financiación y desarrollo</li> </ul> <p>II. Modelos de Distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Puntos de venta</li> <li>-Plataformas Online</li> <li>-Advergaming</li> <li>-Free2Play</li> <li>-Early Access</li> <li>-Juegos episódicos</li> </ul> <p>III. Los videojuegos como generadores de contenido audiovisual</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-El fenómeno de los espectadores de videojuegos</li> <li>-Plataformas de distribución: el caso de Twitch.tv</li> <li>-Modelos de generación de ingresos a través de los contenidos</li> </ul> <p>IV. Streaming</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptos acerca del streaming como producción de contenidos</li> <li>- Mapa de plataformas de streaming y formatos</li> <li>-Introducción a las competiciones online de videojuegos</li> </ul> <p>V. eSports</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Qué son los eSports</li> <li>-La industria de los eSports: cifras y datos a nivel mundial</li> <li>-Panorama nacional</li> <li>-Los eSports como generadores de audiencias y contenidos</li> </ul> <p>VI. Contenidos Audiovisuales en eSports</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Los formatos audiovisuales en los deportes electrónicos</li> <li>-Canales y distribución digital</li> <li>-Generación y ?drive? de audiencias</li> </ul>
-------------------------------	--

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects	A11	13.5	67.5	81
Multiple-choice questions	B2	3	12	15
Seminar	A1 A8 B2 B8	15	1.5	16.5
Personalized attention		0		0

(\*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Supervised projects	Cada alumno hará un pitch de su proyecto. Se trabajará con el docente su contenido, su presentación, su audiencia, su estrategia de producción y financiación. Dispondrá de 5 minutos para exponer su proyecto ante una audiencia y recibirá una crítica constructiva por parte de sus compañero y docente.
Multiple-choice questions	Valoración de los conocimientos adquiridos por los alumnos mediante una prueba tipo test.
Seminar	Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura.

<b>Personalized attention</b>
-------------------------------



Methodologies	Description
Multiple-choice questions Supervised projects	La atención personalizada que se describe para estas metodologías se concibe como momentos de trabajo presencial con el profesor para la atención y seguimiento del trabajo realizado por cada alumno. Implican una participación obligatoria para el alumnado. La forma y el momento en que se desenvolverá se indicará en relación a cada actividad a lo largo del curso según el plan de trabajo de la materia.

Assessment			
Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification
Multiple-choice questions	B2	La prueba tipo test corresponde al examen final sobre evaluación de los contenidos teóricos de la materia. Consistirá en dar respuesta a varias cuestiones de carácter comprensivo que implicarán un tratamiento global e integrado de los contenidos teóricos abordados a lo largo del curso.	60
Supervised projects	A11	En relación con los trabajos tutelados se valorará: - La adecuación metodológica das propostas de trabajo. - La profundidad del contenido. - El dominio de las aplicaciones utilizadas en la elaboración de las propuestas socioeducativas. - El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La utilización de fuentes documentales complementarias y actuales - La presentación y la claridad de la exposición.	40

Assessment comments

Sources of information	
Basic	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eduardo Prádanos Grijalvo (). Cómo escribir una Biblia Transmedia.</li> <li>- Brandon Tartikoff (). The last great ride. Turtle Bay Books</li> <li>- Paul Boross, The Pitch Doctor (). The Pitching Bible. CGW Publishing</li> <li>- Don Hewitt (). Tell me a story. Public Affairs Books</li> <li>- Peter Gruber (). Storytelling para el éxito. Ed Empresa Activa</li> </ul>
Complementary	

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Subjects that continue the syllabus
Other comments

(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.