



Guía Docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Financiación de Contidos e Proxectos Audiovisuais		Código	616531017
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	4.5
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Formoso Barro, María Josefa	Correo electrónico	m.formoso@udc.es	
Profesorado	Formoso Barro, María Josefa	Correo electrónico	m.formoso@udc.es	
Web				
Descrición xeral				
Plan de continxencia				

Competencias do título	
Código	Competencias do título
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

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias do título	
- Conocer los recursos económicos y financieros empleados en las producciones audiovisuales.		AP1 AP8 AP11	BP2 BP8
- Estudiar las herramientas de financiación de obras audiovisuales.		AP1 AP8	BP8
- Aprender la correcta forma de gestionar recursos técnicos, humanos y presupuestarios en las producciones audiovisuales.		AP1	BP2

Contidos	
Temas	Subtemas



<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>
-------------------------------	--

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	A11	13.5	67.5	81
Proba de resposta múltiple	B2	3	12	15
Seminario	A1 A8 B2 B8	15	1.5	16.5
Atención personalizada		0		0

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Cada alumno fará un pitch de su proyecto. Se trabaxará 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.
Proba de resposta múltiple	Valoración de los conocimientos adquiridos por los alumnos mediante una prueba tipo test.
Seminario	Clases presenciais con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura.



## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Proba de resposta múltiple Traballos tutelados	La atención personalizada que se describe para estas metodoloxías se concibe como momentos de traballo presencial con el profesor para la atención y seguimento del traballo 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 actividade a lo largo del curso según el plan de traballo de la materia.

## Avaliación

Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Proba de resposta múltiple	B2	La prueba tipo test corresponde al examen final sobre avaliación de los contenidos teóricos de la materia. Consistirá en dar resposta a varias cuestións de carácter comprensivo que implicarán un tratamento global e integrado de los contenidos teóricos abordados a lo largo del curso.	60
Traballos tutelados	A11	En relación con los traballos tutelados se valorará: - La adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - La profundidade del contenido. - El dominio de las aplicaciones utilizadas en la elaboración de las propostas socioeducativas. - El tratamento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La utilización de fontes documentales complementarias y actuales - La presentación y la claridade de la exposición.	40

## Observacións avaliación

--

## Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	<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>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

## Recomendacións

<b>Materias que se recomenda ter cursado previamente</b>
<b>Materias que se recomenda cursar simultaneamente</b>
<b>Materias que continúan o temario</b>
<b>Observacións</b>

(\*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