



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2020/21
Subject (*)	Distribution, Trends and Box Office		Code	616531018
Study programme	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	2nd four-month period	First	Optional	4.5
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Departamento profesorado másterHumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Arrojo Baliña, María José	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es	
Lecturers	Arrojo Baliña, María José López Fernández, Alicia Monzón Fueyo, Manuel Nido Rodríguez, Mª Fernanda del Pena Pérez, Jaime Pérez Sánchez de Silva, Francisco Javier	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es alicia.lopez.fernandez@udc.es	
Web				
General description	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.			
Contingency plan	1. Modifications to the contents 2. Methodologies *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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

Learning outcomes



Learning outcomes	Study programme competences		
- Coñecer os procesos de compra e venda de produtos audiovisuais e as diferentes xanelas de explotación.	AJ1 AJ9 AJ13 AJ16	BJ7	
- Introducción aos diferentes xéneros de ficción no mercado nacional e internacional.	AJ9 AJ13		
- Relacionar os distintos xéneros, cada un posuídor dunha linguaxe cinematográfica determinada, e os seus resultados en taquilla.	AJ13 AJ16		

Contents	
Topic	Sub-topic
-Distribución e tendencias en cinema I.	1. Produtor versus Distribuidor. 2. Xanelas de explotación 2.1. longametraxes 2.2. series de ficción
-Distribución e tendencias en cinema II.	1. Que é a distribución?: 1.1. Xanelas de explotación 1.2. Tipos de distribuidoras 1.3. Equipo nunha distribuidora 2. Adquisición dunha película: 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.	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.	1. Definición de xanelas: 1.1. Free TV 1.2. Pay TV 1.3. OTT 1.4. Outros 2. Modelo tradicional vs. Novo modelo: 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: 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.	1. Formatos de entretemento. - Estrutura de formatos televisivos - Custos de formatos televisivos 2. Presentación de formatos 3. Como construír un killer format? 4. A venda do formato
-Mercados.	1. O contido: - Ficción vs Entretemento. - O percorrido do contido. - O potencial comercial. 2. A comercialización do contido: - Tipos de dereitos. - Formato. - Por que adaptar un formato. - Que é un formato: elementos, custo. - Protección xurídica 3. Mercados: - Mercados máis importantes. - Asistentes. - Como funcionan. - Material de márketing. - Casetas. - Conferencias. - Prensa. 4. Que está a ocorrer nos mercados.
-Box Office.	1. Introducción a Box Office. 2. Conceptos xerais Box- office. 3. As películas máis taquilleras de todos os tempos.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Laboratory practice	A13 B7	6.5	45.5	52
Supervised projects	A9 A13	5	35	40
Seminar	A1 A9 A13 A16	20	0.5	20.5
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
Laboratory practice	- 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.



Supervised projects	Traballo por parella dunha das dúas prácticas que propón o docente: - Propoñer dous formatos sinalando a continuación: - Título. - Sinopse nun parágrafo. - Posibles clientes. - Que oco cobre, que soluciona ao cliente/s. - Caras que protagonizan o formato. - 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: - 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?). - Deseñar un plan de distribución do proxecto de cada alumno contestando as seguintes preguntas: - 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?
Seminar	Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia.

Personalized attention

Methodologies	Description
Laboratory practice	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.

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Laboratory practice	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
Supervised projects	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



Assessment comments

Sources of information

Basic	- 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
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.