



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2021/22
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		E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es
Web				
General description	O alumno coñecerá os procesos de compra e venda de produtos audiovisuais e as diferentes xanelas de explotación. Familiarizarse cos diferentes xéneros de ficción no mercado nacional e internacional e aprenderá a establecer unha relación entre os distintos xéneros, cada un posuído 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. Presentación BTEAM 2. Adquisición dunha película. 2.1. Como é este proceso. 2.2. Tipos de compras ? cinema español vs. cinema internacional 2.3. Propostas de Distribución Internacionais e Nacionais. 2.4. Vantaxes da Coprodución vs. Distribución. 2.5. Deal Memo e Contrato de Adquisición. 2.6. Estimados de Negocio 3. A Distribución desde o inicio da produción: 3.1. Desenvolvemento: plan de comercialización; contratos de distribución e investimento en P&A (obrigacións ICAA vs. realidade) 3.2. Producción: materiais de rodaxe; prensa; xestión de talento. 3.3. Posproducción: materiais de distribución, fotos, cartel e tráiler teaser. Onde termina o traballo do produtor e empeza o do distribuidor. 4. Que pasa cunha película desde que se compra ata que se estrea. 4.1. Lanzamento en cinemas 4.2. Data do trinquete en cinemas ou dating. Importancia. 4.3. Estratexia de festivais (nacionais e internacionais) 4.4. Estratexia de lanzamento. Posicionamento e mensaxe. DAFO e P&A. 4.5. Creación de pezas creativas: cartel, trailer 4.6. Accións de comunicación e márketing. RRSS. 4.7. Axencia de prensa? 4.8. Resultados, Premios, posibilidade de reestrea e retorno do investimento. 4.9. Lanzamento en VOD e DVD 4.10. Outras canles alternativas de distribución



-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. Prodúcese igual para OTT e cadeas xeneralistas? 6. Tendencias en ficción en OTT en España 2020 7. Tendencias en ficción en cadeas xeneralistas en España 2020 8. Os novos formatos de ficción 9. Custos de ficción nacional 10. A importancia de saber a quen vendemos. 11. 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 5. Televisión de pago en España: contexto xeral. 6. Plataformas, servizos e canles. 7. Canles de televisión de pago: organización interna: 8. Departamento de contidos: 8.1. Compras: 8.1.1. Catálogo propio, acordo marco. 8.1.2. Allea: Mercados, selección ou negociación. 8.2. Programación: 8.2.1. Obxectivos 8.2.2. Análise audiencia 8.2.3. Estratexia Grella 8.2.4. Estreas e repeticións 8.3. Producción: 8.3.1. Contexto 8.3.2. Modelos 8.3.3. Estratexia 8.3.4. Formatos 8.3.5. Procesos 9. Distribución: Nacional e internacional
-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.	- Definición dos elementos básicos dun documento de venda: - Título - Xénero e subgénero - En caso de TV: Formato (Número episodios x duración) e Tempadas: Serie pechada ? continuidade. - Logline: como construír un bo logline. - Sinopse argumental - Personaxes (en caso de Ficción) - Mecánica (en caso de Entretenemento) - Definición dos elementos adicionais: - Ficha técnica e artística (se existe) - Máis: Baséase nunha novela previa ou unha serie previa? - Sinopse episódicas (Ficción seriada) - Proxección das seguintes tempadas (Ficción seriada) - BIO Produtora + Talento - Contido 360 - Proxecto transmedia - Os Nons: aspectos que debemos evitar. - Tono e Estilo - O deseño do documento - A venda persoal - Contexto - Función - Adaptabilidade - Entender que son as vendas internacionais. - Comprender as bases da relación Produtor ? Axente de Vendas - Coñecer os termos legais básicos da distribución e detectar puntos sensibles - Aproximarse ao funcionamento do circuíto de festivais
-Box Office.	- Introdución a Box Office. - Conceptos xerais Box- office. - 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	- 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.



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.