



Guía Docente				
Datos Identificativos			2021/22	
Asignatura (*)	Distribución, Tendencias e Box Office		Código	616531018
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	4.5
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Departamento profesorado másterHumanidadesSocioloxía 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 posuidor dunha linguaxe cinematográfica determinada, e os seus resultados en taquilla.			



Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Non se realizarán cambios 2. Metodoloxías Metodoloxías docentes que se manteñen - Traballos tutelados (con atención personalizada, computa na avaliación) - Seminarios profesionais - Prácticas de laboratorio (poden facerse online, con atención personalizada, computa na avaliación) Metodoloxías docentes que se modifican 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado - Correo electrónico: Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuales para resolver dúbidas e facer o seguimento dos traballos tutelados. - Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia. - 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. 4. Modificacións na avaliación Observacións de avaliación: Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que: - 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. REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA: 1. Asistir e participar regularmente nas actividades da clase. 2. Obter unha puntuación do 50% do peso de cada unha das partes obxecto de avaliación 3. Entregar e expoñer os traballos tutelados na data que se indique. 4. A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios ca de xuño. 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía - Non se realizarán cambios

Competencias do título	
Código	Competencias 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

Resultados da aprendizaxe



Resultados de aprendizaxe	Competencias 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 posuídor dunha linguaxe cinematográfica determinada, e os seus resultados en taquilla.	AP13 AP16		

Contidos	
Temas	Subtemas
-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 circuío de festivais
-Box Office.	- Introdución a Box Office. - Conceptos xerais Box- office. - As películas máis taquilleras de todos os tempos.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / 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	- 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.



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	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	
Bibliografía básica	- 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
Bibliografía complementaria	

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