



## Guía docente

| Guia docente          |                                                               |                    |                          |           |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|-----------|
| Datos Identificativos |                                                               |                    |                          | 2018/19   |
| Asignatura (*)        | Marketing Audiovisual: Mercados y Preventas                   |                    | Código                   | 616531022 |
| Titulación            | Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual |                    |                          |           |
| Descriptores          |                                                               |                    |                          |           |
| Ciclo                 | Periodo                                                       | Curso              | Tipo                     | Créditos  |
| Máster Oficial        | 2º cuatrimestre                                               | Primero            | Optativa                 | 3         |
| Idioma                | Castellano                                                    |                    |                          |           |
| Modalidad docente     | Presencial                                                    |                    |                          |           |
| Prerrequisitos        |                                                               |                    |                          |           |
| Departamento          | HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación              |                    |                          |           |
| Coordinador/a         | Arrojo Baliña, María José                                     | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es |           |
| Profesorado           | Arrojo Baliña, María José                                     | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es |           |
| Web                   |                                                               |                    |                          |           |
| Descripción general   |                                                               |                    |                          |           |

## Competencias del título

| Código | Competencias del título                                                                                                                                                                                                                       |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A5     | CE5. Crear propuestas comunicativas innovadoras que respondan a necesidades reales en el entorno profesional actual                                                                                                                           |
| A6     | CE6. Gestionar proyectos comunicativos digitales de informativos o de entretenimiento                                                                                                                                                         |
| A15    | CE15 - Desarrollar habilidades y destrezas para verificar fuentes de información fiables                                                                                                                                                      |
| 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 |
| B9     | CG6 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponibles para resolver problemas con los que deben enfrentarse                                                                                                  |
| C1     | CT7 - Tener la capacidad de gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos                                                                                 |

## Resultados de aprendizaje

| Resultados de aprendizaje                                                                                                         | Competencias del título |            |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------|-----|
| - Elaborar un plan de marketing audiovisual en un entorno de cambio continuo y de adopción de nuevas tecnologías.                 | AP5<br>AP6<br>AP15      | BP2<br>BP9 | CP1 |
| - Aprender a diseñar estrategias de marketing digital para favorecer la venta, circulación y consumo de contenidos audiovisuales. |                         | BP2        | CP1 |

## Contenidos

| Tema                                                                                     | Subtema                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - Análisis del consumidor y del comportamiento del mercado cinematográfico y televisivo. | 1. EL PRODUCTO AUDIOVISUAL<br>1.1. Características<br>1.2. Ventanas de explotación<br>1.3. Géneros y preferencias del espectador<br>1.4. Herramientas de medición y apoyo |



|                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - Relación comercial entre productor, distribuidor y exhibidor.                                                                                                                                                                                  | 1. LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL: EL CINE<br>1.1. El mercado cinematográfico: España y el resto del Mundo<br>1.2. Evolución y tendencias<br>1.3. Los principales actores y sus interrelaciones:<br>1.2.1. Productores<br>1.2.2. Distribuidores<br>1.2.3. Distribuidores                                                                                                                                            |
| - Proceso global de promoción y lanzamiento de un producto audiovisual.                                                                                                                                                                          | 1. CLAVES ESTRATEGICAS DEL NEGOCIO CINEMATOGRAFICO<br>1.1 Adquisición de títulos<br>1.2 Tipos de acuerdos<br>1.3 Aspectos financieros<br>1.4 Cadena de valor<br>1.5 Mercados y eventos                                                                                                                                                                                                                        |
| - Estrategia de lanzamiento: creatividad, producción, estrategia publicitaria, planificación de medios, campaña de comunicación.<br>- Plan de marketing: investigación del mercado, herramienta, selección de targets, P&A, criterios creativos. | 1. PLAN DE DE MARKETING<br>1.1. La investigación de mercado<br>1.1.1. Herramientas<br>1.1.2. Segmentación y selección de targets<br>1.2. El marketing mix: aplicación de las cuatro P? al cine<br>1.3. El plan de marketing<br>1.3.1. P&A y estrategia de estreno (copias, circuitos y facturación)<br>1.3.2. Criterios creativos<br>1.3.3. Diseño de la campaña: publicidad y comunicación<br>1.3.4 Ejemplos |

| Planificación                                                                                                                     |              |                    |                                          |               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------|------------------------------------------|---------------|
| Metodologías / pruebas                                                                                                            | Competencias | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Estudio de casos                                                                                                                  | A6 A15 B9    | 1                  | 3                                        | 4             |
| Trabajos tutelados                                                                                                                | A5 C1        | 8                  | 40                                       | 48            |
| Prueba de respuesta múltiple                                                                                                      | B2 C1        | 2                  | 10                                       | 12            |
| Seminario                                                                                                                         | B2 C1        | 10                 | 1                                        | 11            |
| Atención personalizada                                                                                                            |              | 0                  |                                          | 0             |
| (*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos |              |                    |                                          |               |

| Metodologías                 |                                                                                                                                             |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Metodologías                 | Descripción                                                                                                                                 |
| Estudio de casos             | Visionado por parte de los alumnos de trabajos de márketing audiovisual.                                                                    |
| Trabajos tutelados           | Elaboración de plan de márketing.                                                                                                           |
| Prueba de respuesta múltiple | Respuesta de un examen tipo test sobre los conceptos más importantes de la materia.                                                         |
| Seminario                    | Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura. |

| Atención personalizada |             |
|------------------------|-------------|
| Metodologías           | Descripción |



|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estudio de casos   | 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. |
| Trabajos tutelados |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

| Evaluación                   |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |              |
|------------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Metodologías                 | Competencias | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Calificación |
| Prueba de respuesta múltiple | B2 C1        | 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           |
| Trabajos tutelados           | A5 C1        | En relación con los trabajos tutelados se valorará: <ul style="list-style-type: none"><li>- La adecuación metodológica das propostas de trabajo.</li><li>- La profundidad del contenido.</li><li>- El dominio de las aplicaciones utilizadas en la elaboración de las propuestas socioeducativas.</li><li>- El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar.</li><li>- La utilización de fuentes documentales complementarias y actuales</li><li>- La presentación y la claridad de la exposición.</li></ul> | 40           |

| Observaciones evaluación |
|--------------------------|
|                          |

| Fuentes de información |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Básica                 | <ul style="list-style-type: none"><li>- Finula Kerrigan (). Film Marketing.</li><li>- Mark Steven Bosko (). The Complete independent Movie Marketing.</li><li>- Robert Marich (). Marketing to Moviegoers: A Handbook of Strategies and Tactics.</li><li>- Tiiu Lukk (). Movie Marketing: Opening the Picture and Giving It Legs.</li></ul> |
| Complementaria         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

| Recomendaciones                                         |
|---------------------------------------------------------|
| Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente |
|                                                         |
| Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente    |
|                                                         |
| Asignaturas que continúan el temario                    |
|                                                         |
| Otros comentarios                                       |
|                                                         |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|