



## Guía docente

| Guía docente          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    |                          |           |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|-----------|
| Datos Identificativos |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    |                          | 2022/23   |
| 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          | Socioloxía 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                   | www.mpxa.net                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                    |                          |           |
| Descripción general   | <p>La asignatura tiene como objetivo que el alumno aprenda a elaborar un plan de marketing audiovisual en un entorno de cambio continuo y de adopción de nuevas tecnologías, y que aprenda a diseñar estrategias de marketing digital para favorecer la venta, circulación y consumo de contenidos audiovisuales.</p> <p>En la memoria de máster verificada por el Ministerio se aplicó una media de 14 horas presenciales por crédito ECTS. No obstante, el máster ha tenido que adaptarse a la normativa de la UDC que establece que las horas presenciales y no presenciales se distribuirán de la siguiente forma: 1 crédito ECTS implica 7 horas de clase presencial y 18 horas de trabajo autónomo del estudiante, y que la presencialidad no puede superar el 40% del total de la dedicación del estudiante.</p> |                    |                          |           |

## 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                                                                                                                                                         |
| A16    | CE16 - Planificar e implementar acciones de comunicación y generación de contenidos en redes sociales, para proyectos informativos y de entretenimiento                                                                                       |
| 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>AP16      | BP2<br>BP9 | CP1 |
| - Aprender a diseñar estrategias de marketing digital para favorecer la venta, circulación y consumo de contenidos audiovisuales. | AP16                    | BP2        | CP1 |

## Contenidos

| Tema | Subtema |
|------|---------|
|------|---------|



|                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>- Análisis del consumidor y del comportamiento del mercado cinematográfico y televisivo.</p>                                         | <p>1. La industria audiovisual: el cine</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- El mercado cinematográfico: España y el resto del mundo.</li><li>- Evolución y tendencias.</li></ul> <p>2. El producto audiovisual:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Características.</li><li>- Ventanas de explotación.</li><li>- Géneros y preferencias del espectador.</li><li>- Herramientas de medición y apoyo.</li></ul> <p>3. La investigación de mercado: herramientas y segmentación y selección de targets.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p>- Relación comercial entre productor, distribuidor y exhibidor.</p>                                                                  | <p>1. Los principales actores y sus interrelaciones: Productores/ Distribuidores/ Exhibidores.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>- Proceso global de promoción y lanzamiento de un producto audiovisual.</p>                                                          | <p>1. Claves estratégicas</p> <ul style="list-style-type: none"><li>1.1. Adquisición de títulos.</li><li>1.2. Tipos de acuerdos.</li><li>1.3. Aspectos financieros.</li><li>1.4. Cadena de valor.</li><li>1.5. Mercados y eventos</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>- Estrategia de lanzamiento: creatividad, producción, estrategia publicitaria, planificación de medios, campaña de comunicación.</p> | <p>1. El pitching o cómo vender un proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La técnica del pitching.</li></ul> <p>2. Coproducción y financiación:</p> <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> <p>3. Nuevas maneras de financiar y producir:</p> <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> <p>4. El mercado de los proyectos.</p> |



|                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - Plan de marketing: investigación del mercado, herramienta, selección de targets, P&A, criterios creativos. | <p>1. P&amp;A y estrategia de estreno</p> <p>1.1. copias</p> <p>1.2. circuitos</p> <p>1.3. facturación</p> <p>2. Criterios creativos.</p> <p>3. Diseño de la campaña: publicidad y comunicación.</p> <p>4. El marketing mix: aplicación de las cuatro P? al cine.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| Planificación                                                                                                                     |                    |                    |                                          |               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|------------------------------------------|---------------|
| Metodologías / pruebas                                                                                                            | Competencias       | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Taller                                                                                                                            | A5 A6 A16 B2 B9 C1 | 9                  | 35                                       | 44            |
| Sesión magistral                                                                                                                  | A5 A6 A16 B2 B9 C1 | 10                 | 0                                        | 10            |
| Seminario                                                                                                                         | A16 B2 C1          | 20                 | 0                                        | 20            |
| Atención personalizada                                                                                                            |                    | 1                  | 0                                        | 1             |
| (*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos |                    |                    |                                          |               |

| Metodologías     |                                                                                                                                          |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Metodologías     | Descripción                                                                                                                              |
| Taller           | Se trabajará con el docente el plan de marketing del proyecto audiovisual que cada alumno va desarrollando a lo largo de todo el curso   |
| Sesión magistral | Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la materia. |
| Seminario        | Sesiones conducidas por profesionales relevantes del sector que fomentará la interacción con el alumno.                                  |

| Atención personalizada |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Metodologías           | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Seminario              | La atención personalizada que se describe para estas metodologías y denominadas "Tutorías" en la memoria de verificación del título, 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. |
| Taller                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

| Evaluación   |                    |                                                                                                                                                                                     |              |
|--------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Metodologías | Competencias       | Descripción                                                                                                                                                                         | Calificación |
| Seminario    | A16 B2 C1          | Dentro de los seminarios se incluye la ?INTERVENCIÓN DEL ALUMNO EN EL AULA? como método de evaluación que aparece reflejado en la memoria de verificación del título.               | 80           |
| Taller       | A5 A6 A16 B2 B9 C1 | Se trabaja el plan de marketing del proyecto audiovisual que cada alumno desarrolla a lo largo del curso: materiales, definición del público objetivo, estrategia en redes sociales | 20           |

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



## Fuentes de información

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Básica         | <ul style="list-style-type: none"><li>- Finula Kerrigan (2017). Film Marketing.</li><li>- Mark Steven Bosko (2003). The Complete independent Movie Marketing.</li><li>- Robert Marich (2013). Marketing to Moviegoers: A Handbook of Strategies and Tactics.</li><li>- Tiiu Lukk (1997). 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