



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Mercados, Distribución y Comercialización

Grado en Cine

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2024-2025

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Cine
Asignatura	Mercados, Distribución y Comercialización
Materia	Producción
Carácter	Obligatoria
Curso	4º
Semestre	2
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2024-2025

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Elio Quiroga Rodríguez
Correo Electrónico	elio.quiroga@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias básicas

CB1

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales

CG2

Conocer las herramientas y las nuevas tecnologías de medios de producción de empresas e industrias culturales cinematográficas.

Competencias específicas

CE6

Conocer la terminología propia del cine, así como las normas y conceptos del lenguaje audiovisual.

CE9

Conocer las estructuras nacionales e internacionales y los modelos de negocio de la industria cinematográfica.

CE13

Conocer los procedimientos para la distribución y comercialización de una obra Cinematográfica.

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Determinar los elementos humanos, técnicos y materiales en las diversas etapas de la creación Cinematográfica.
- Detallar las fases y técnicas que intervienen en la gestión y dirección de las empresas cinematográficas.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- Panorama general del mercado internacional
- Análisis territorial. Corrientes, tendencias y particularidades.
- Presentación de proyectos: instrumentos y metodología
- Coproducción. Acuerdos bilaterales y multilaterales
- Financiación privada. Equity e instituciones supranacionales
- Distribución internacional: herramientas y técnicas de negociación
- Promoción internacional: festivales y estrategias de promoción
- Retos en la distribución internacional. Internet y VOD

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

TEMA 1 - Panorama general del mercado internacional

1.1 – Arte vs. Industria. Concepto de distribución audiovisual

1.2 – Actores que participant en la distribución audiovisual

1.3 – Tipos de productos susceptibles de ser comercializados

TEMA 2 - Análisis territorial. Corrientes, tendencias y particularidades.

- 2.1- Mercado español, distribución nacional: cine, TV, home entertainment
- 2.2- Mercado internacional: Majors y distribución independiente
- 2.3- Tendencias y análisis territorial en datos

TEMA 3 - Presentación de proyectos: instrumentos y metodología

- 3.1- Gestión interna de una empresa de distribución
- 3.2- Pitch
- 3.3- Dossier

TEMA 4 - Coproducción. Acuerdos bilaterales y multilaterales

- 4.1- Coproducciones internacionales / Convenios internacionales

TEMA 5 - Financiación privada. Equity e instituciones supranacionales

- 5.1- directa, indirecta, crowdfunding. Equity crowdfunding, soft money, hard money, IAES

TEMA 6 - Distribución internacional: herramientas y técnicas de negociación

- 6.1- Dossier ventas, teaser, tráiler, redes sociales, plataformas

TEMA 7 - Promoción internacional: festivales y estrategias de promoción

- 7.1- Festivales de cine: tipos, claves y materiales y herramientas
- 7.2- Análisis: Benchmarking, Análisis DAFO (SWOT), Posicionamiento, Target
- 7.3- Estrategias, Blogs, Digital PR, Publicidad, Engaging Content, Social media

TEMA 8 - Retos en la distribución internacional. Internet y VOD

- 8.1- Modelo clásico, nuevo modelo, Day-and-date
- 8.2- VOD, TVOD, SVOD, EST, FVOD, ADVOD

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

Unidad 1. Temas 1 y 2

Semanas 1-3.

Unidad 2. Temas 3 y 4

Semanas 4-5.

Unidad 3. Temas 5 y 6

Semanas 6-8.

Unidad 4. Tema 7

Semanas 9-13.

Unidad 5. Tema 8

Semanas 14-16.

METODOLOGÍA

Método expositivo. Lección magistral

Resolución de problemas

Metodología por proyectos

Tutoría presencial (individual y/o grupal)

Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
Sesión presencial	30	100%
Proyectos y trabajos	24	100%

Tutoría	6	100%
Trabajo autónomo del alumno	90	0%

EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	40%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50%

Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

- 0 – 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 – 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 – 8,9 Notable (NT)
- 9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de “matrícula de honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

- En Realización de Trabajos y Prácticas, se realizará un Trabajo de Final de Asignatura de desarrollo e investigación alrededor de la materia del curso, con un valor del 40% del total.

- En Pruebas de evaluación teórico-prácticas, el 50% del total será un examen escrito, dividido en su puntuación al 50% en preguntas de tipo test y de desarrollo.
- El 10% restante valorará la asistencia y participación de los alumnos a lo largo del desarrollo docente de la asignatura.

Realización de trabajos y prácticas: para superar el porcentaje asociado a la realización de trabajos y prácticas el alumno tendrá que elaborar un proyecto siguiendo las pautas de la rúbrica facilitada por el profesor en el campus virtual.

Pruebas de evaluación teórico-prácticas: La prueba de evaluación teórico-práctica consistirá en un examen global de la materia impartida al término de la asignatura. Este examen podrá ser de tipo test y/o desarrollo.

Asistencia y participación activa: A lo largo de la asignatura se realizarán actividades de seguimiento y refuerzo de los contenidos impartidos. Dichas actividades servirán de referencia para evaluar la asistencia participativa del alumno en el aula.

Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Todos los trabajos y exámenes deberán tener al menos nota de aprobado (a partir de 5 puntos), para superar la asignatura.

Tanto la nota aprobada de los trabajos como la del examen, dentro de la convocatoria ordinaria, se respetará en la convocatoria extraordinaria, por lo que el alumno solo tendrá que presentarse a aquella parte que tenga suspensa.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Pham, A., Watson, N, Durie, J. (2000) *The Film Marketing Handbook: A Practical Guide to Marketing Strategies for Independent Films*. BFI.
- Kerrigan, F. (2017) *Film marketing*. Routledge.
- Barnwell, R. G. (2018). *Guerrilla Film Marketing: The Ultimate Guide to the Branding, Marketing and Promotion of Independent Films & Filmmakers*. Routledge.

Complementaria

- García Santamaría, J. V., & Rodríguez Pallares, M. (2022). *Maketing cinematográfico y de series*. Editorial UOC, SL.
- Lucas Sánchez, D. D. (2014). *El márketing cinematográfico*. Universidad de Comillas.
- Mingant, N., Tirtaine, C., & Augros, J. (Eds.). (2015). *Film marketing into the twenty-first century*. Bloomsbury Publishing.
- Dixon, W. W., & Foster, G. A. (2011). *21st-century Hollywood: Movies in the era of transformation*. Rutgers University Press.