

El mercado de la distribución cinematográfica: Acuerdos de pre-producción, venta y compra Cód. C16

DIRECCIÓN:

Alberto Luis García García y Francisco Javier Rivero Estévez.

ÁREA EN LA QUE SE INSCRIBE EL CURSO:

Ciencias Sociales.

HORARIO DEL CURSO:

Tardes de 15:30 a 20:30 horas, de lunes a viernes.

NÚMERO DE ALUMNOS:

40.

PERFIL DEL ALUMNO:

Estudiantes avanzados y profesionales que deseen profundizar en el mercado de la distribución cinematográfica. Estudiantes de último año de carreras relacionadas con cine, comunicación audiovisual, marketing y estudios de negocios, que busquen especializarse en una área crítica de la industria del entretenimiento. Profesionales del sector cinematográfico que estén interesados en ampliar su conocimiento sobre estrategias de distribución, dinámicas de mercado y desarrollo de proyectos desde la pre-producción hasta la venta y distribución final.

Personas que trabajan en áreas de marketing y ventas dentro de la industria del entretenimiento que deseen entender mejor los desafíos y oportunidades de la distribución cinematográfica en mercados tanto nacionales como internacionales.

Emprendedores interesados en crear o dirigir empresas de distribución, que necesiten una comprensión robusta del paisaje actual y futuro del mercado cinematográfico. Este curso proporcionará las herramientas y conocimientos necesarios para enfrentar los desafíos del mercado global de cine, con un enfoque en la adaptabilidad y la innovación. La interacción con profesionales del sector y la participación en simulaciones y análisis de casos reales enriquecerán la experiencia de aprendizaje, preparando a los alumnos para contribuir de manera efectiva en sus respectivos campos.

OBJETIVOS:

- Adentrarse en la rica y compleja disciplina de la distribución cinematográfica, la cual trasciende la mera selección de fechas de estreno en cines.
- Ofrecer una visión integral y detallada de tres aspectos fundamentales de la distribución que están interconectados y en constante evolución, proporcionando a los estudiantes una base sólida y aplicable tanto en contextos

académicos como profesionales.

- Que los estudiantes no sólo comprendan estos mecanismos, sino que también sean capaces de aplicar sus conocimientos de manera efectiva, ya sea que la distribución cinematográfica complemente su educación o carrera actual, o que aspiren a dedicarse plenamente a este ámbito. Dado que este campo experimenta cambios rápidos y es a menudo superficialmente tratado en los programas de estudios tradicionales, este curso se propone llenar ese vacío educativo, proporcionando herramientas críticas para navegar y prosperar en el dinámico mercado del cine.

PROGRAMA:

- Introducción al curso: presentación del curso, los profesores y los métodos de evaluación.
- Introducción a la historia del cine internacional desde el punto de vista industrial.
- Visión general del proceso de distribución de una película.
- Terminología específica: ventanas, territorios, tipos de explotación, tipos de películas desde el punto de vista de la distribución (programmers, arthouse, arthouse con crossover, alto presupuesto, etc).
- Aspectos de la producción según el tipo de distribución.
- Los mercados internacionales: ¿Por qué? ¿Para qué sirven?.
- Los estrenos en salas.
- Los estrenos en televisión.
- El estado del mercado de cine independiente en los 2020's.
- Las principales distribuidoras españolas: su línea de producto y objetivos.
- Majors y su relación con el mercado independiente.
- independientes de alto rango.
- Independientes arthouse de alto rango.
- Independientes comerciales de rango medio.
- Independientes arthouse.
- Las principales distribuidoras de ventas internacionales: línea de producto.
- Internacionales tipo A (altos precios, películas con posibilidad de ventas multiterritoriales).
- Internacionales tipo B (altos precios, cine arthouse con crossover).
- Internacionales tipo C (comercial de precio moderado).

- Internacionales tipo D (especialistas en arthouse).
- Las televisiones y plataformas nacionales: línea de producto y su papel dentro del panorama actual.
- Pay Tv y SVOD.
- Televisiones lineales.
- Los mercados claves de cine: European Film Market, Cannes, American Filmmarket y otros menores.
- La situación de competencia de los distribuidores independientes frente a los grandes conglomerados.
- El punto de vista de la producción: estrategias a la hora de conseguir una mejor explotación de una película tanto en preproducción como a película terminada en el mercado nacional y en el internacional.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

- Charlas con profesionales del sector, tanto de la producción, como de la exhibición y distribución.
- Práctica de reunión de venta para distribución con un profesional del sector.
- Simulación de creación de una empresa de distribución: selección de tipo de contenido principal, objetivos de venta, evolución a tres años.
- Análisis de taquilla internacional para sacar las tendencias de venta en diferentes mercados.
- Visita a "Cibeles de Cine".

PROFESORADO:

- Alberto Luis García García, UCM.
- Francisco Javier Rivero Estévez, UCM.
- Miguel Casas, UCM.
- Encarna Cubillo, UCM.
- Francisco Jaime Reyes Sánchez, UCM.
- Francisco Rodríguez Prieto, Responsable Editorial de Cine en Movistar +.
- Jesús Mateos, Responsable de Eventos Cinematográficos en mk2 España.
- Clara Santolaria, Responsable de Ventas de La Aventura Audiovisual.
- Carles Montiel, Director del Festival de Series de Cadiz.
- Alfonso Rodríguez de Austria, Universidad de Cádiz.