



Distribución y
comercialización

Máster en Dirección y
Realización de Series de
Ficción
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Distribución y comercialización

Titulación: Master en Dirección y Realización de Series de Ficción

Curso académico: 2025-26

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D^a. Maria José Revalderia Martinez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1 Competencias

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- 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.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y hayan desarrollado una gran capacidad para solucionar problemas y realizar tomas de decisión relacionadas con la dirección y en la realización de series de ficción, en condiciones de tiempo limitado y de alta presión por alcanzar resultados.
- Tengan una gran capacidad de trabajo en equipo y dominen con suficiencia la gestión de la diversidad
- Capacidad avanzada para evaluar los procesos de distribución y comercialización para aplicar la estrategia adecuada en función del producto.

1.2 Resultados de aprendizaje

Desarrollo de un proyecto audiovisual desde la perspectiva creativa artístico-técnica (actores, arte, fotografía, cámara, sonido, edición, montaje, postproducción), así como la distribución y comercialización del mismo.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Descripción de los contenidos

Estudio en profundidad de la venta y la compra de derechos audiovisuales, así como de la evolución del mercado y el proceso de distribución con respecto al mercado interno y su posible exportación a mercados extranjeros. Análisis de los principales agentes del mercado de la televisión, las fórmulas comerciales con las que se trabajan, los contenidos que se distribuyen y las futuras tendencias del mapa empresarial.

2.3 Contenido detallado

La asignatura "Distribución y Comercialización" tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes una visión integral del proceso de distribución de contenido audiovisual, con un enfoque particular en las series de ficción. Se abordarán estrategias clave de comercialización, modelos de negocio, mercados internacionales y las plataformas digitales emergentes que están transformando la industria.

Bloque 1: Fundamentos de la Distribución Audiovisual

- Historia y evolución de la distribución.
- Modelos de negocio: TV, plataformas digitales, salas de cine.
- Distribución internacional: Ventajas y desafíos.

Bloque 2: Plataformas y Canales de Distribución

- OTT, VOD, y las nuevas tendencias digitales.
- Distribución en redes sociales: TikTok, Instagram, YouTube.
- Distribución en festivales y mercados.

Bloque 3: Estrategias de Comercialización

- Marketing digital y tradicional para series.
- Publicidad en redes sociales y campañas virales.
- Casos de éxito y análisis de fallos en distribución.

Bloque 4: Aspectos Legales y Contractuales

- Derechos de autor y licencias de distribución.
- Contratos de distribución y ventas.
- Aspectos regulatorios internacionales

2.4. Actividades Dirigidas

Dado que el curso se desarrolla en 4 semanas con clases de 4 horas cada una (un total de 16 horas), se han diseñado actividades que combinen teoría y práctica para que los estudiantes puedan aplicar lo aprendido manteniendo un enfoque práctico que les permita comprender la distribución y comercialización en series de ficción:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Análisis de Casos Reales: casos de estudio sobre series de ficción (ej. Stranger Things en Netflix, Breaking Bad en TV y streaming, Game of Thrones en HBO).

Instrucción: Analizar qué modelo de distribución utilizó cada serie y cómo influyó en su éxito. Se presentarán las conclusiones sobre las ventajas y desventajas del modelo de distribución utilizado en su caso.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Debate: ¿Es más rentable hoy en día lanzar una serie en plataformas de streaming o en televisión tradicional? Realizar un breve análisis comparativo entre dos plataformas de streaming (por ejemplo, Netflix y Amazon Prime) desde el punto de vista de la distribución y el alcance de series. Se debatirán, con argumentos basados en datos de audiencia, impacto global y rentabilidad.

Actividad Dirigida 3 (AD3): Taller de Estrategias de Distribución en Plataformas Digitales:

Los estudiantes eligen una serie ficticia y deben diseñar una estrategia de distribución que utilice plataformas digitales, redes sociales y festivales.

Objetivo: Seleccionar las plataformas adecuadas (streaming, redes sociales) y justificar por qué se eligen esas plataformas para la audiencia objetivo.

Actividad Dirigida 4 (AD4): Simulación de Mercado Internacional: Simular la participación en un mercado internacional (como el MIPCOM en Cannes o el LA Screenings). Cada grupo de estudiantes debe "vender" su serie a un distribuidor ficticio. El profesor y algunos estudiantes actúan como compradores internacionales que hacen preguntas críticas sobre la viabilidad de la serie en sus mercados.

2.5. Actividades formativas

Clases de teoría y práctica: 27,12% (13,6h). Lección magistral, sesiones teórico-prácticas, ejercicios y prácticas. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 100%.

Trabajo personal del alumno: 50% (25h). Estudio de la materia, realización de ejercicios prácticos o actividades multimedia de apoyo (campus virtual). Todas las competencias de la materia. Presencialidad 0%.

Tutorías: 10% (5h). Trabajo personal tutorizado. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 50%.

Evaluación: 12,88% (6,4h). Pruebas finales, ordinarias y extraordinarias. Autoevaluación de los resultados obtenidos. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 50%.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 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.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	0%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final	50%

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final extraordinaria y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota de la prueba extraordinaria sea igual o superior a 5. Asimismo, es potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Vogel, H. L. (2020). *Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis*.
- Arnold, B. (2019). *Distribution Revolution: Conversations about the Digital Future of Film and TV*.
- Ulph, A. (2018). *The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV, and Video Content in an Online World*.

Recursos adicionales:

- Artículos recientes sobre plataformas de streaming, cambios en los mercados audiovisuales y estudios de caso específicos.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. Maria José Revalderia Martinez
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciada en Relaciones Internacionales
Correo electrónico	mrevalde@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Es licenciada en Relaciones Internacionales por Florida International University, con una especialización en comunicación y cuenta con más de 30 años de experiencia en medios escritos y audiovisuales. Ha sido responsable del lanzamiento de varios canales de televisión temática en España, Estados Unidos y Latinoamérica, como Canal Viajar y Cosmopolitan TV. También lideró el lanzamiento de FlixOlé, la mayor plataforma de cine español, donde ejerció como CEO. Actualmente, dirige el desarrollo y expansión de la actividad comercial digital de EGEDA, la entidad de gestión de los productores audiovisuales, participando en proyectos como Platinocrowdfunding.com y Platinoempleo.com. Además, es responsable del mercado audiovisual iberoamericano conocido como Iberseries & Platino Industria, y desde 2022 es miembro asociado de la Academia de Cine Española.