

COS11338 PRODUÇÃO EXECUTIVA E MERCADO AUDIOVISUAL

EMENTA: As funções do produtor executivo. Gerenciamento de recursos e administração do orçamento. Leis de incentivo. Formatação de projetos para captação de patrocínios. Estrutura do mercado audiovisual local, nacional, latino-americano e mundial. O audiovisual dentro da indústria do entretenimento. Circuitos de distribuição e exibição. O impacto mercadológico das novas tecnologias audiovisuais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DIAS, Adriana; SOUZA, Leticia de (Orgs.). **Film Business: o negócio do cinema**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

KELLISON, Cathrine. **Produção e Direção para TV e Vídeo: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALMEIDA, Paulo Sérgio; BUTCHER, Pedro. **Cinema, Desenvolvimento e Mercado**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

BALLERINI, Frantjesco. **Cinema brasileiro no século 21: reflexões de cineastas, produtores, distribuidores, exibidores, artistas, críticos e legisladores sobre os rumos da cinematografia nacional**. São Paulo: Summus, 2012.

BOGDANOVICH, Peter. **Afinal quem faz os filmes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MELEIRO, Alessandra (Org.). **O Cinema no Mundo: indústria, política e mercado**. Vols. II e IV. São Paulo: Escrituras, 2007.

MORAN, Patrícia. **Oficina de Formatação de Projetos em Audiovisual**. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais, 2007.