



PROGRAMA DE CURSO		
1. Nombre de la actividad curricular Taller electivo de profundización: Distribución y Marketing		
2. Nombre de la actividad curricular en inglés		
3. Código: CYTVI56-1		
4. Carrera: Cine y TV		
5. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla: Escuela de Cine y Televisión		
6. Área de Formación: Especializada		
7. Carácter: Optativo		
8. Semestre: VIII		
9. Año: 2020		
10. Número de créditos SCT – Chile: 4		
11. Horas de trabajo	Presencial: 3	No presencial: 3
12. Requisitos: No tiene		
13. Propósito general del curso: <p>El propósito del curso es estudiar y examinar los factores , agentes, materiales y procedimientos involucrados en el proceso de distribución de contenidos audiovisuales, diferenciando entre los requeridos tanto para la distribución internacional como para la distribución doméstica.</p> <p>Reconocer la complejidad creciente de encontrar audiencias, en un entorno de super abundancia de contenidos audiovisuales. Conocer y saber aplicar estrategias de diseño de audiencias y articularlas desde el desarrollo y conceptualización temprana del proyecto.</p> <p>Comprender en profundidad los códigos y lenguaje de mercado que se utilizan actualmente en el</p>		

circuito internacional. Identificar a los principales agentes intermediarios y circuitos de nicho y generales que conforman una estrategia de distribución internacional en el contexto actual.

Al finalizar el curso el estudiante debiera estar familiarizado con el proceso de distribución, y debiera ser capaz de desarrollar una estrategia de distribución acorde con el contenido desarrollado. Así como también deberá ser capaz de identificar los elementos claves de venta, como de generar los materiales necesarios para abordar la distribución.

Se relaciona curricularmente con los cursos obligatorios de Producción y Producción Ejecutiva (VII semestre), y en paralelo con el curso de gestión de Proyectos (VIII semestre).

Contribuye al perfil de egreso a ser un profesional que se distingue por su creatividad, sentido crítico y reflexivo, capacidad de experimentación, trabajo en equipo y autogestión, así como por la búsqueda de nuevas audiencias, modelos de producción y distribución, desde una perspectiva transdisciplinaria, actualizada a la realidad del mercado internacional.

14. Competencias y Sub competencias a las que contribuye el curso

Ámbito: Gestión

Competencia:

1. Diagnosticar las distintas problemáticas de las audiencias, los productores, la institucionalidad audiovisual y las industrias culturales, identificando medidas tendientes a su resolución, desde una activa participación social, gremial e institucional

Subcompetencia:

1.2.- Identificar las distintas institucionalidades audiovisuales, tanto públicas como privadas, sus objetivos y funcionamiento, así como los distintos marcos legales en los que se inserta la gestión cultural audiovisual.

Competencia:

2. Diseñar iniciativas de difusión, exhibición y análisis de obras o colecciones audiovisuales.

Subcompetencia:

2.1.- Diseñar iniciativas de gestión cultural y ser capaz de evaluarlas desde el punto de vista de su pertinencia, relevancia, impacto y factibilidad.



Competencia:

3. Estructurar y liderar equipos de trabajo atinentes a las competencias y saberes requeridos para la articulación de proyectos específicos.

Subcompetencia:

3.2.- Saber aplicar las leyes de contratación de trabajadores de artes y espectáculos de manera pertinente.

Competencia:

4. Comprender en profundidad las dinámicas de comercialización internacional de obras audiovisuales.

Subcompetencia:

4.1 Conocer el circuito de distribución internacional, y los agentes intermediarios que lo componen.

4.2 Diseñar un circuito acorde a la obra producida/realizada

4.3 Entender y aplicar los lenguajes apropiados para la comercialización internacional

4.4 Diagnosticar y proyectar potenciales recaudaciones comerciales PREVIO al diseño de modelos de financiamiento, presupuesto global del film u obra audiovisual y presupuesto de inversión en distribución y marketing.

Competencias genéricas:

- *Comunicación*
- *Creatividad*
- *Colaboración*
- *Resolución de problemas*
- *Organización*
- *Capacidad crítica*



15. Unidad (es)/ Indicadores de aprendizajes		
<i>Nombre de la Unidad</i>	<i>Contenidos:</i>	Indicadores de Aprendizaje
<i>Bloque I</i>		
Audiencias	<ul style="list-style-type: none">- Distribución de la audiencia de cine chilena- Tamaño del mercado- Consumo de televisión en Chile. Qué y cómo se ve	<ul style="list-style-type: none">-Es capaz de estimar la audiencia potencial máxima y promedio para un estreno doméstico-Esta al tanto de los hábitos de consumo televisivo y reconoce cuales son los contenidos más demandados.
Distribución	<ul style="list-style-type: none">- Cadena de Distribución- Tipos de negociación- Distribuidoras chilenas	<ul style="list-style-type: none">-Identificar los distintos agentes de la cadena de distribución-Reconoce la diferencia entre la cadena de distribución internacional y la distribución domestica.
Diseño de Audiencias	<ul style="list-style-type: none">- Búsqueda activa por parte del productor- La importancia de estar en contacto- Pensar en la audiencia desde el guión	<ul style="list-style-type: none">-Sabe cuales son los desafíos para encontrar audiencias en medio de una sobre oferta de contenidos.-Reconoce cuales son las



		estrategias para el diseño de audiencias -Sabe como articular una estrategia de diseño de audiencias a lo largo de las etapas del proceso de producción
Marketing	<ul style="list-style-type: none">- Presupuesto de P&A- Estrategias de Marketing de estrenos norteamericanos en Chile- Caso Fox	
<i>Nombre de la Unidad</i> <i>Bloque II</i>	<i>Contenidos:</i>	Indicadores de Aprendizaje
Estrategia de Distribución Internacional	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de la obra desde el punto de vista de su audiencia, nicho y explotación	-Elaborar circuitos posibles (plan A, B, C, D) coherentes con la obra.
Marketing para mercados y festivales	<ul style="list-style-type: none">- Preparación para el mercado- Materiales y piezas	-Conocer cuales, y como generar, los materiales que deben acompañar la presentación de una obra en un mercado o festival.
Estrategia de Festivales	<ul style="list-style-type: none">- FIAPF- Festivales clase A, B y de nicho- Mercados audiovisuales- Series	- Conocer los diferentes circuitos posibles para toda obra y producto audiovisual
Mapa de Agentes de ventas	<ul style="list-style-type: none">- Sus líneas editoriales	- Identificar a los actores principales en el sector de los agentes de ventas
Pitch	<ul style="list-style-type: none">- Comprender las aptitudes necesarias para destacar en el circuito internacional	- Preparar un pitch en modalidad internacional de formato PÚBLICO y de duración de 7 minutos, basado en la obra/proyecto



		personal.
16. Metodología de Enseñanza y Aprendizaje		
Clases expositivas		
Análisis de casos		
Ejercicios prácticos, de carácter individual y/o grupal		
17. Evaluación		
Tres evaluaciones parciales. 70% y sus fechas tentativas		
1. Evaluación Bloque I 33.3%		
2. Evaluación Bloque II 33.3%		
3. Evaluación Conjunta 33.3%		
18. Requisitos de Aprobación		
Calificación mínima: 4,0 (escala de 1,0 a 7,0)		
19. Bibliografía Obligatoria		
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION. <i>Anuario Estadístico oferta Y Consumo De Televisión 2019</i> . Departamento de Estudios CNTV 2020.		
- Valeria Richter & Lena Thiele <i>Audience Design An Introduction</i> . Torino Film Lab 2018.		
- Equipo CinemaChile, <i>Audiencias Globales del Cine Chileno 2013</i> .		
20. Bibliografía Complementaria		
21. Recursos web		



Consejo de la Cultura y las Artes - CNCA

<http://www.consejodelacultura.cl/portal/index.php>

Consejo del Arte y la Industria Audiovisual – CAIA

<http://www.consejodelacultura.cl/chileaudiovisual/index.php>

CinemaChile

www.cinemachile.cl

Directorio de festivales

http://film-directory.britishcouncil.org/festivals-directory?_ga=2.232610783.1114007556.1599772960-1764882826.1599772960

<http://www.fiapf.org/>

Boletín Regional

<http://www.latamcinema.com/> (suscribirse es gratuito)

Internacional

<http://www.variety.com/>

<http://www.screendaily.com/>

<http://www.hollywoodreporter.com/hr/index.jsp>

Fondos sectoriales nacionales

<http://www.corfo.cl>

<https://www.fondosdecultura.cl/fondos/fondo-audiovisual/lineas-de-concurso/>



UNIVERSIDAD DE CHILE
Instituto de la
Comunicación e Imagen
ICEI

