

## Programa de Asignatura

### 1. Identificación General

Unidad Académica	<i>FCEI</i>
Carrera/Programa	<i>Cine y Televisión</i>
Nombre del curso	<i>Formación complementaria: Cómo encontrar un público para tu película</i>
Código	<i>CYTVN53</i>
Tipo/carácter del curso	<i>Electivo</i>
Área de formación	<i>Formación Complementaria</i>
Nivel/semestre	<i>VI</i>
SCT del curso	<i>3 SCT</i>
Requisitos	
Nº de estudiantes estimados/as	<i>21</i>

### 2. Nombre del curso en inglés

--

### 3. Equipo docente

Docente(s) responsable/coordinador(a)	Unidad académica	Correo institucional
Paula Osandón	FCEI	paulaossandon@gmail.com

Docentes colaboradores/as o docentes invitados/as	Unidad académica a la que pertenece

Becario/a de colaboración	<i>Señale si será un curso de modalidad presencial, virtual, mixto o híbrido</i>
---------------------------	--

#### 4. Carga académica y créditos SCT-Chile

Nº de créditos SCT	3
Duración total en horas del curso	
Nº horas de trabajo sincrónico / presencial	2,5
Nº horas de trabajo asincrónico / no presencial	2

#### 5. Modalidad, día y horario

Modalidad	<i>Curso de modalidad presencial</i>
Día	<i>Viernes</i>
Horario/sala	<i>11:00 - 13:30</i>

#### 6. Competencias específicas o disciplinares a las que contribuye el curso

<i>Indique las consignadas en el reglamento de carrera y en el documento ficha de curso</i>

#### 7. Competencias genéricas / sello a las que contribuye el curso

<i>Indique las consignadas en el reglamento de carrera y en el documento ficha de curso</i>

#### 8. Propósito formativo del curso

Proporcionar a las y los estudiantes una comprensión integral de los procesos y estrategias implicados en la distribución y marketing de películas, desde la planificación inicial hasta el lanzamiento y promoción en diversos mercados.

Prepararlos en la identificación de audiencias posibles para sus películas o series en desarrollo. Analizar elementos esenciales en estrategias comunicacionales para la comercialización de una obra audiovisual como afiche, tráiler, planes de distribución y difusión, estrategias de prensa y redes. Conocer el uso de canales de difusión y circuitos de distribución de películas.

#### 9. Resultados de aprendizaje del curso

Las y los participantes del curso serán capaces de identificar y segmentar audiencias potenciales para sus proyectos en desarrollo; así como elaborar estrategias y materiales que les permitan alcanzar a los públicos propuestos: desde el evaluador de un fondo, hasta representantes de industria y público final.

Podrán conocer el ecosistema en el que se producen, distribuyen y comercializan películas y series. Diseñar materiales pertinentes y efectivos para la presentación de un proyecto, así como analizar diferentes canales de distribución y sus características.

#### 10. Saberes fundamentales - contenidos / unidades temáticas e indicadores de logro (aprendizaje)

Este curso busca entregar a las y los estudiantes, herramientas necesarias para enfrentar los desafíos actuales de la distribución y marketing en el cine, asegurando que las películas alcancen su máximo potencial de audiencia y éxito comercial.

Les permitirá:

- Conocer el ecosistema audiovisual desde la investigación de un proyecto hasta la comercialización de una obra finalizada.
- Identificar a los principales actores de la industria nacional e internacional.
- Definir públicos objetivos y elaborar estrategias para llegar a ellos
- Reconocer referentes y desarrollar materiales comunicacionales pertinentes para la promoción, distribución y comercialización de proyectos

audiovisuales y obras terminadas. Entre ellos, el afiche, tráiler o teaser, dossier, planes de difusión y distribución, campañas de impacto. Además se brindará un panorama de los principales festivales y mercados a nivel nacional y mundial.

Se espera que las y los estudiantes sean capaces de proponer un proyecto de cortometraje, largometraje o serie, del ámbito documental, ficción o animación, y puedan discriminar audiencias específicas para ellos. Uno de los principales ejes de trabajo serán la elaboración de un dossier que presente estos proyectos de acuerdo a estándares internacionales.

Otros indicadores de aprendizaje serán la exploración de referentes gráficos y audiovisuales para sus proyectos. Asimismo, su capacidad para elaborar un plan de distribución y difusión acordes con los proyectos que estén trabajando, identificando fuentes de financiamiento, mercados y festivales, tanto nacionales como internacionales.

## 11. Estrategias metodológicas

### a) Descripción general de las metodologías

La principal metodología será la exposición en clase donde se ofrecerán contenidos teóricos y el estudio de casos concretos relacionados con estas materias.

Los trabajos serán grupales o individuales (según la elección de las y los participantes). Se expondrán y discutirán a nivel grupal en clases.

### b) Esquema de evaluaciones/estrategia evaluativa en el curso

Actividad de evaluación	Tipo de evaluación	Ponderación en la nota final
<i>Describe las principales herramientas y situaciones de evaluación que permitan constatar y evidenciar el logro de los Resultados de Aprendizajes</i>		
Dossier de los proyectos de película o serie: storyline, teasear, sinopsis, motivación, ficha técnica, estado y trayectoria, minibio, contacto.	Los trabajos serán grupales y/o individuales. Se expondrán y discutirán en clases.	33%
Tratamiento audiovisual. Referencias de afiches y tráilers para trabajos expuestos en dossieres.	Los trabajos serán individuales. Se expondrán y	33%

	discutirán en clases.	
Exposición estrategia de distribución y difusión nacionales para proyectos expuestos en los dossiers.	Los trabajos serán grupales o individuales. Se expondrán y discutirán en clases.	33%

12. Planificación y cronograma preliminar del curso:

Semana	Fecha y hora	Actividades		Docente
		Sincrónicas / Presenciales	Asincrónicas / No presenciales	
1	09/08	Introducción al curso, aspectos generales de comunicaciones y marketing. Ecosistema donde viven las películas. Circuitos de financiamiento para la distribución, festivales y salas.		Paula Ossandón
2	16/08	Identificación del público objetivo y segmentación de audiencias. Desde la postulación a fondos, al estreno. El Dossier.		Paula Ossandón
3	23/08	Elementos claves para la promoción de una película: sinopsis, logline y afiche.		Paula Ossandón
4	30/08	Revisión trabajos dossiers. Todo el curso.		Paula Ossandón
5	6/09	Posicionamiento + fidelización + conversión. Marketing digital: redes sociales y estrategias online.		Expositor invitado.
6	13/09	Plan de distribución nacional y plan de difusión. La prensa: exclusivas,		Expositor invitado.

		comunicados de prensa, difusión y seguimiento, entrevistas, clipping.		
7	20/09	VACACIONES		
8	27/09	Elementos claves para la promoción de una película: tráiler y teaser.		Paula Ossandón
9	4/10	Revisión trabajos dossiers. Parte 1. Exposición en clases.		Paula Ossandón
10	11/10	Revisión trabajos dossiers. Parte 2. Exposición en clases.		Paula Ossandón
11	18/10	Postulación a fondo de distribución. Campañas de Impacto para películas con temáticas sociales o medioambientales.		Paula Ossandón
12	25/10	Segunda evaluación, parte 1. Tratamiento audiovisual. Referencias de afiches y tráilers para trabajos expuestos en dossiers. Exposición en clases.		Paula Ossandón
13	01/11	FERIADO.		
14	08/11	NO HAY CLASES LECTIVAS		
15	15/11	Segunda evaluación, parte 2. Tratamiento audiovisual. Referencias de afiches y tráilers para trabajos expuestos en dossiers. Exposición en clases.		Paula Ossandón
16	22/11	Estrategia de distribución internacional para películas y series. Agente de ventas, distribuidor.		Paula Ossandón
17	29/11	Tercera evaluación, parte 1. Exposición estrategia de distribución y difusión nacionales para proyectos expuestos en los dossiers. Revisión		Paula Ossandón

		en clases.		
18	6/12	Tercera evaluación, parte 2. Exposición estrategia de distribución y difusión nacionales para proyectos expuestos en los dossiers. Revisión en clases. Evaluación del curso: fortalezas y debilidades.		Paula Ossandón

### 13. Requisitos de aprobación:

- Los trabajos serán 3 y cada uno tendrá un valor de 33 % de la nota final.
- Deberán presentarse en las fechas establecidas.
- Los estudiantes que se ausenten de una evaluación presentando justificativo médico, podrán entregar su trabajo a la clase siguiente con posibilidad de ser evaluados hasta con nota 7.0.
- Si un estudiante no entrega su trabajo en la fecha establecida, tendrá la posibilidad de presentarlo a la semana siguiente con un máximo de nota 4.0. Si en esa instancia no presentan su trabajo, su nota será un 1.0.

### 14. Recursos de aprendizaje o bibliografía

#### a) básica obligatoria

El curso no tiene bibliografía obligatoria.

#### b) adicional o bibliografía complementaria

Será presentada en clases.

#### c) Recursos web

Sitios web de CinemaChile, Chiledoc, Chilean Animation y ChileShorts. Fondos de Cultura, SANFIC Industria, Encuentros Australes de Fic Valdivia y Conecta, entre otros que serán presentados en clases.

### 15. Requisitos de asistencia y/o participación

Sobre la asistencia:

- Se exigirá 75% de asistencia total a las clases lectivas.
- Retraso máximo de 15 minutos para quedar con asistencia positiva.
- El estudiante debe permanecer en clases al menos hasta 15 minutos antes que termine la clase para quedar con asistencia positiva.