

PROGRAMA DEL CURSO

1. Identificación General

Unidad Académica	<i>Escuela de Cine y Televisión, Facultad de Comunicación e Imagen</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 semestre</i>
Año	<i>2025</i>
SCT del curso	<i>3 SCT</i>
Requisitos	-
Nº de estudiantes estimados/as	<i>15</i>

2. Nombre del curso en inglés

Finding an audience for your film
--

3. Equipo docente

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

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

Becario/a de colaboración	<i>Curso en modalidad presencial</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

Los participantes lograrán una comprensión del ecosistema audiovisual nacional e internacional. Adquirirán nociones de los principales circuitos de distribución y comercialización, tales como mercados, festivales, ventas, plataformas y cine. Serán capaces de identificar a actores claves del sector como programadores, agentes de ventas, distribuidores, agregadores.

Aprenderán a identificar un público y diseñar estrategias de distribución, comercialización, comunicaciones y marketing, de acuerdo a las características propias de cada proyecto audiovisual. Serán capaces de identificar distintos perfiles de audiencia y compradores, lo cual les permitirá ser más pertinentes y efectivos según el tipo de obra y la línea editorial de fondos, mercados, festivales, agentes de ventas, etc.

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

Tendrán un acercamiento a la industria audiovisual y a la realidad profesional que les espera tras salir de la universidad y enfrentarse a la realización de materializar una película o serie.

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 largometrajes, cortometrajes, series o proyectos XR, en desarrollo. Analizar elementos esenciales en estrategias comunicacionales para la comercialización de una obra audiovisual como dossier, 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 nacional e internacional, 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, afiche, tráiler o teaser, dossier, planes de difusión en medios y redes, planes de 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, serie o proyectos XR, 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 e individuales. Se expondrán y discutirán ante la clase para recibir feedback tanto de compañeras y compañeros, como de la profesora a cargo.

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 evidencias 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.	Exposición presencial.	33%
Tratamiento audiovisual. Referencias de afiches y tráilers para trabajos expuestos en dossiers.	Exposición presencial.	33%
Exposición estrategia de distribución y difusión nacionales para proyectos expuestos en los dossiers.	Exposición presencial.	33%

12. Planificación y cronograma preliminar del curso:

Semana	Fecha y hora	Actividades		Docente
		Sincrónicas / Presenciales	Asincrónicas / No presenciales	
1	08/08	Introducción al curso, aspectos generales de comunicaciones y marketing. Ecosistema donde viven las películas. Circuitos de financiamiento para la distribución, festivales y salas. Identificación del público objetivo y segmentación de audiencias. Desde la postulación a fondos al estreno.		Paula Ossandón
2	15/08	FERIADO		
3	22/08	Elementos claves para la promoción de una		Paula Ossandón

		película: logline, sinopsis, tratamiento audiovisual. El Dossier, contenidos y ejemplos. Indicaciones para trabajos que deberán ser presentados el 05/09		
4	29/08	Aspectos relevantes para la promoción de una película: el afiche. Aspectos relevantes y ejemplos.		Paula Ossandón
5	05/09	Revisión trabajos dossiers y análisis en clases. Parte 1.		Paula Ossandón
6	12/09	Revisión trabajos dossiers. Exposición y análisis en clases. Parte 2.		Paula Ossandón
7	19/09	FERIADO		
8	26/09	Elementos claves para la promoción de una película: tráiler y teaser. Estructura y ejemplos. Entrega de directrices para el siguiente trabajo: referencias de afiches y tráilers, que será presentado el 10/10.		Paula Ossandón
9	03/10	Estrategia de distribución nacional e internacional para películas y series. Ejemplos. Agente de ventas, distribuidor.		Paula Ossandón
10	10/10	Revisión trabajos referencias afiches y tráilers. Parte 1. Exposición y análisis en clases.		Paula Ossandón
11	17/10	TRABAJO AUTÓNOMO		Paula Ossandón

12	24/10	Revisión trabajos referencias afiches y tráilers. Parte 2. Exposición y análisis en clases. Entrega directrices para tercera evaluación: planes de distribución y difusión, que deberá ser entregado el 14/11		Paula Ossandón
13	31/10	FERIADO		
14	07/11	Postulación a fondo de distribución y encuentros de mercados. Ejemplos.		Paula Ossandón
15	14/11	Plan de difusión. Posicionamiento + fidelización + conversión. Marketing digital: redes sociales y estrategias online. La prensa: exclusivas, comunicados de prensa, difusión y seguimiento, entrevistas, clipping. Ejemplos de planes de difusión y resultados.		Paula Ossandón
16	21/11	Presentación trabajos planes de distribución nacional, internacional y plan de difusión nacional. Parte 1. Exposición y análisis en clases.		Paula Ossandón
17	28/11	Presentación trabajos planes de distribución nacional, internacional y plan de difusión nacional. Parte 2. Entrega directrices para examen a estudiantes con asistencia o nota insuficiente.		Paula Ossandón

18	05/12	Campañas de Impacto para películas con temáticas sociales o medioambientales. Evaluación del curso: fortalezas y debilidades. ENTREGA EXÁMENES SEGÚN CORRESPONDA.		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.