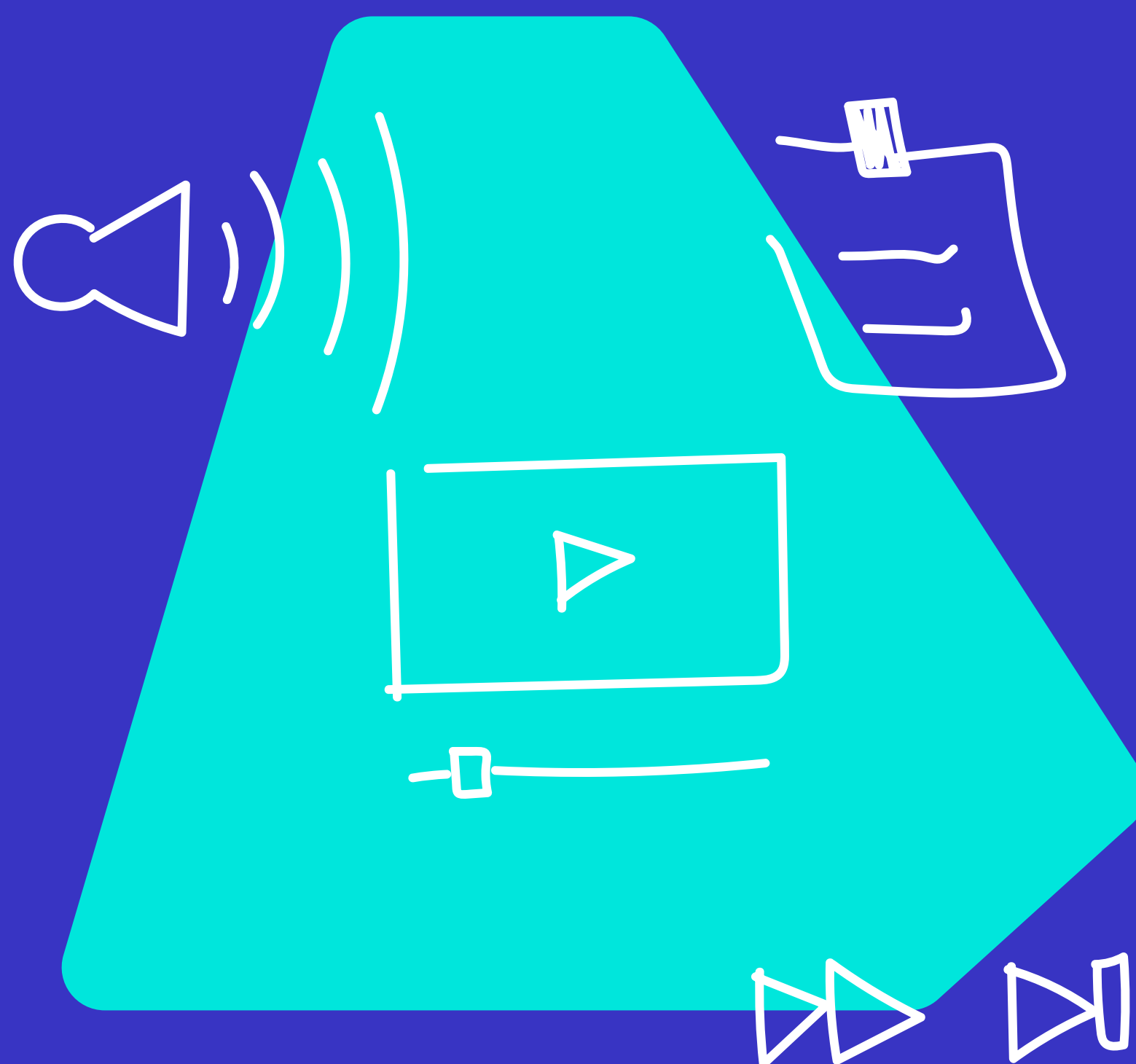


PROGRAMA



Diplomatura
Universitaria

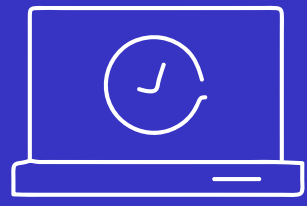
DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN AUDIOVISUAL



Instituto de
Extensión

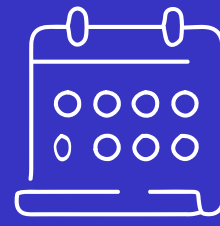


Universidad
Nacional
Villa María



Modalidad

Virtual asincrónica



Duración

12 semanas -
240 horas reloj.

Inicia/Finaliza

21 de abril /
16 de julio.

INTRODUCCIÓN

En la industria audiovisual los creadores de películas, series, unitarios de televisión, web u otros formatos audiovisuales, se encuentran ante una necesidad concreta y un desafío común; considerar en sus diseños de producción a la distribución como una etapa estratégica y como aspecto prioritario durante el desarrollo de cada proyecto.

¿A quienes se dirigen nuestras creaciones? ¿Cómo se piensan y construyen las audiencias? ¿Cómo distribuir en la convergencia de modelos, medios y espacios?

Para que cada creación encuentre su público, las estrategias deben pensarse en función de los objetivos de la obra audiovisual, sea la búsqueda de masividad, la participación de festivales, catálogos especiales; para el acceso y comunicación con audiencias específicas de cada propuesta, planificando de manera estratégica el modelo más acorde y sostenible.

Cuando hablamos de distribución en la industria audiovisual, es necesario tener en cuenta todos los elementos que son nuevos, convergentes y dinámicos.

Internet como espacio de difusión y consumo, modificó rotundamente a la industria y su cronología de distribución tradicional, en la que una película por ejemplo, se estrenaba primero en una sala, a los seis meses en la tv paga, al año en la televisión de aire y luego al dvd.

Hoy, muchas películas se estrenan en salas de cine y en plataformas digitales al mismo tiempo, lo que demuestra cómo están cambiando las formas en que se consumen los contenidos audiovisuales. Ante la velocidad en la que circula la información y las nuevas ventanas y plataformas (OTT), son las audiencias las que eligen qué ver, dónde y cuándo hacerlo; según perfiles e intereses específicos, donde emergen nuevos actores que producen y consumen a la vez -los prosumidores (prosumers)- y ocupan un lugar central en las innovaciones y transformaciones de la industria.

En función de estas nuevas modalidades de exhibición y distribución, los derechos de autor, las fuentes de financiamiento y los modelos de producción se amplían, diversifican y plantean nuevas perspectivas y desafíos.

SOBRE LA DIPLOMATURA

- ▲ Analizaremos el cambio permanente en el que estamos inmersos, los aspectos claves sobre la distribución de contenidos audiovisuales y las diversas estrategias a incorporar en la distribución y comercialización, desde los modelos más fundamentales hasta los planes más complejos.

¿Para quienes pensamos los contenidos que producimos? ¿Cómo los vamos a distribuir? ¿Hay oportunidades de comercialización? ¿Qué tipos de formatos y géneros se están buscando?

Además, aprenderemos sobre propiedad intelectual y derecho de autor, abordando toda la cadena de derechos de una obra audiovisual, plataformas y ventanas de exhibición en las cuales se pueden vender esas obras, tiempos de exhibición, qué derechos podemos comercializar y qué momento es oportuno para hacerlo.

También conoceremos el rol del distribuidor y los diferentes modelos de distribución y comercialización que existen hoy.

Los contenidos de cada módulo temático serán complementarios, de la mano de especialistas con un amplio recorrido, confianza y presencia en el mercado internacional, junto a quienes abordaremos distintos modelos y casos de éxito en la distribución.

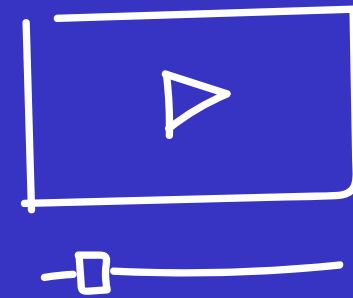
OBJETIVOS

- ▶ Aportar al conocimiento en la etapa de distribución-comercialización de diferentes tipos de contenidos audiovisuales.
- ▶ Fomentar la actualización, generación, producción y profundización de conocimientos en las prácticas profesionales vinculadas a la distribución y exhibición.
- ▶ Analizar las diferentes posibilidades de distribución de contenidos audiovisuales en un contexto de permanente transformación. Desarrollar los conceptos sobre Propiedad Intelectual, Derecho de Autor, Venta de Intangibles.
- ▶ Actualizar el conocimiento sobre las nuevas ventanas de exhibición y cómo se combinan con las tradicionales.
- ▶ Contribuir a la construcción de estrategias de distribución pensadas desde la etapa del desarrollo de proyecto.
- ▶ Abordar diferentes casos de estudio para analizar sus distintas estrategias.

DESTINADA A

- ▶ Productoras/es y realizadoras/es audiovisuales (Cine, Televisión, Plataformas Digitales).
- ▶ Estudiantes avanzadas/os de carreras vinculadas a la comunicación Audiovisual, cine, TV, diseño de imagen y sonido, sonido entre otras afines.
- ▶ Integrantes de medios y empresas audiovisuales, canales de tv abiertos, productoras, operadoras de cable, plataformas OTT, emprendimientos vinculados con la distribución, entre otros.
- ▶ Personas interesadas en desarrollar estrategias y planes de distribución de contenidos audiovisuales a nivel regional, nacional e internacional.

INFORMACIÓN GENERAL



MODALIDAD

La modalidad de cursada es virtual y asincrónica.

Sin horarios fijos de conexión, se puede ingresar a la plataforma cualquier día de la semana en cualquier horario.

La plataforma (moodle) es intuitiva y se accede desde cualquier computadora y/o dispositivo móvil.

Además del equipo docente, un equipo de tutores técnicos - pedagógicos acompañan el proceso de aprendizaje.

ORGANIZACIÓN

La cursada comienza con una semana de bienvenida y presentación para familiarizarse con el entorno virtual de aprendizaje y el calendario de cursada.

Los módulos se organizan por objetivos semanales con:

- 1 - Una instancia dedicada a la lectura y visionado de materiales
- 2 - Otra instancia destinada a la participación de foros y/o actividades
- 3 - Y un momento para la autoevaluación.

CLASES EN VIVO

Los días y horarios de las clases en vivo se comunican al inicio del programa.

Quienes no puedan asistir el día y hora previsto, podrán dejar sus consultas y acceder luego al video completo en la plataforma.

DEDICACIÓN

-  Recomendamos una dedicación de 3 a 4 horas por semana e ingresar con frecuencia a la plataforma para un seguimiento acorde.
-  Si por algún motivo te ausentas o debes revisar algún contenido o actividad, dispones de una semana de recupero al final del cronograma.

REQUISITOS

✓ INFORMÁTICOS:

Se necesita internet, un procesador de textos y una cuenta de correo electrónico.

No se requieren conocimientos informáticos complejos, la plataforma y los recursos didácticos que se utilizan son intuitivos y de fácil manejo.

✓ ACADÉMICOS:

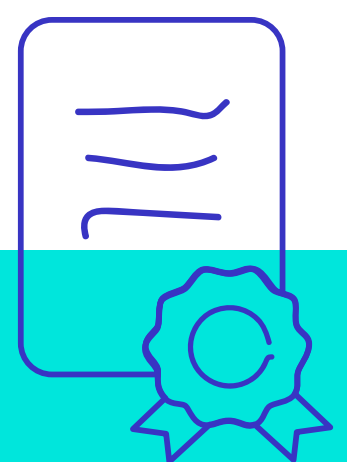
Se deberá contar con título secundario (educación escolar media aprobada), ser estudiantes o personas egresadas de carreras terciarias, terciarias superiores y/o de grado de disciplinas afines.

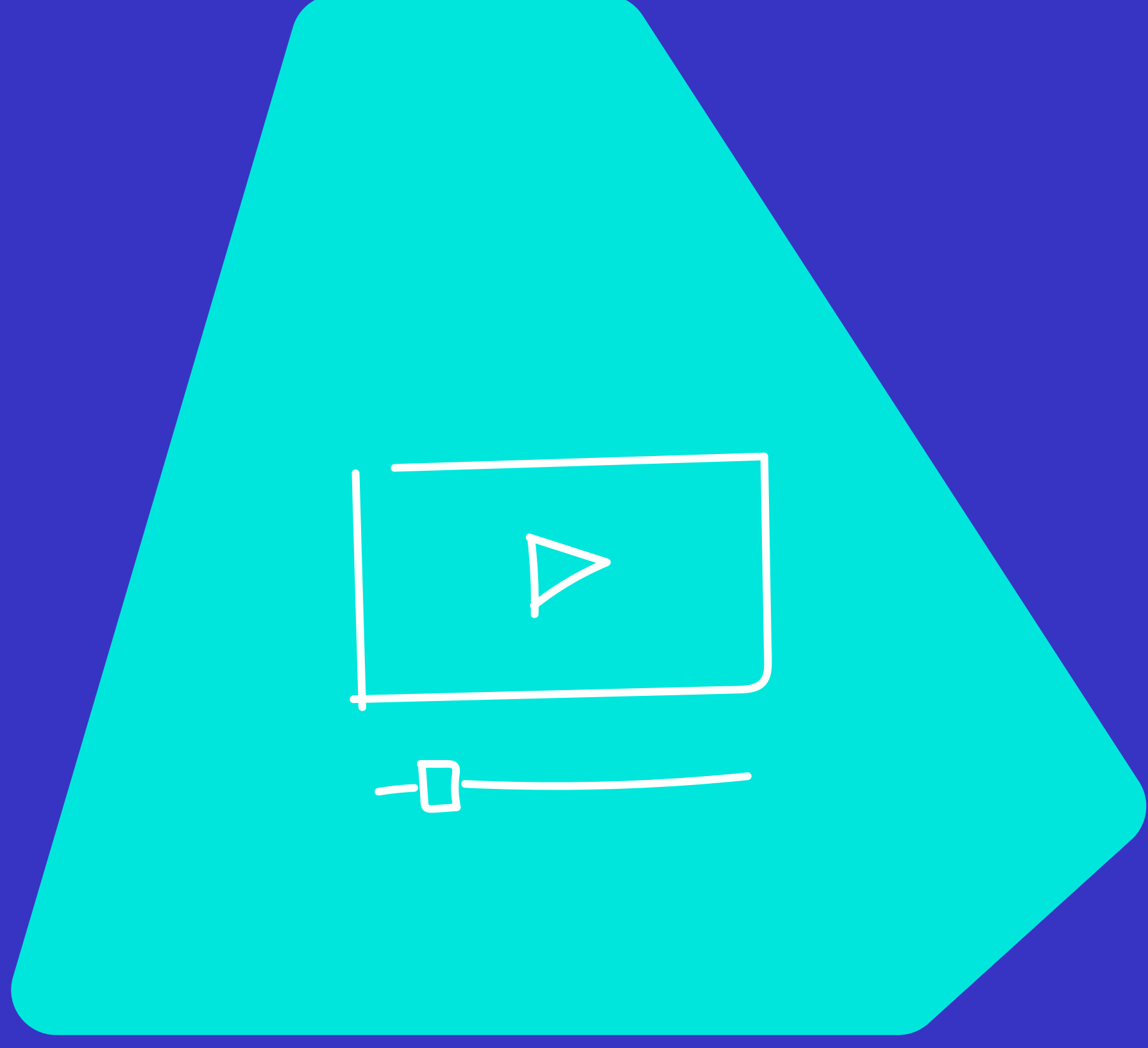
CERTIFICACIÓN

SE OTORGA CERTIFICADO DE: Diplomatura de Extensión Universitaria con una carga horaria de 240 hs. a quienes aprueben los módulos temáticos y el trabajo final individual. Emitido por Aula Abierta y la Universidad. El certificado y la constancia de actuación académica se emiten con rúbrica y soporte digital, con idéntica validez al soporte papel.

La Diplomatura es una capacitación de extensión universitaria y otorga un certificado. No constituye una carrera, por tanto no otorga título habilitante.

Quienes residen fuera de la Argentina, reciben el certificado como constancia de realización y aprobación. Debido a su duración, no aplica a la Apostilla de Haya, reservada únicamente para carreras de posgrado con una duración mínima de 1 año.





CONTENIDOS

MÓDULO 1

DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA

- Derechos Cesibles de la Obra Audiovisual.
- Contratos Comerciales (Análisis, Aspectos Impositivos, Seguros).
- Negociación.
- Análisis del Mercado Audiovisual Global.
- Medios Audiovisuales.
- Participantes del Mercado (Players).
- Análisis de Mercados (Ferias , Festivales).
- Desarrollo de Campaña Promocional.
- Análisis de Ingresos Potenciales.
- Materiales Técnicos para Comercialización (Delivery).

MÓDULO 2

COMERCIALIZACIÓN EN MEDIOS TRADICIONALES Y PLATAFORMAS DIGITALES

- Clasificaciones básicas: proyecto / enlatado / formato.
- Diferencias entre Distribuidor Vs. Agente Vs. Agregador.
- Terminologías de uso en la actividad en español e inglés.
- Distribución como actividad generadora de negocios. - Modalidades posibles.
- Posibilidades de comercialización: desde el contenido terminado hasta el footage en plataformas de archivo.
- Ciclo de vida de un contenido y valorización en su distribución.

- Pensando la producción para un contenido de exportación: desde el guión hasta la técnica.
- Géneros y variantes de ficción y no ficción (documentales, lifestyle, entre otros).
- Contratos de Opción. Contratos de Licencia.
- Derechos para remake.
- El distribuidor como co-productor, y el Productor como Distribuidor.
- Vínculo Productor – Distribuidor.
- Confección de materiales promocionales.
- Ferias y mercados de contenidos.
- ¿Qué es una biblia?
- Estudio de casos: formatos de ficción y formatos de entretenimientos.
- Negociación: territorio, ventana, plazo / repeticiones, exclusividad.
- Ventanas: clientes, medios tradicionales y plataformas digitales / OTT (YouTube, Netflix, Amazon Prime Video, Apple Video).
- El riesgo del spillover.
- Flat Fee Vs. Revenue Share.
- La importancia de la cadena de derechos.
- Transacciones económicas de la actividad en el exterior.
- Entrega de materiales: físico / virtual, y estándares técnico-cualitativos.

MÓDULO 3

MARKETING

Definiciones basales

- Fecha de estreno.
- Presupuesto de Marketing

Estrategia General de comunicación

- Target, perfilado de audiencia
- Análisis de variables externas de influencia directa sobre el lanzamiento
- Detección de eventos y sucesos afines al perfil de audiencia

Eje Medios

- Plan de Medios: relevancia del plan de medios dentro del plan general de comunicación. Rol de la agencia de medios. Timing de trabajo en la elaboración de la planificación
- Acciones especiales - instalaciones
- Publicidad con influencers

Eje Prensa

- Comunicación de Prensa: gestión, relacionamiento y negociación con medios y periodistas. Materiales y contenidos para distribución. Evento para la prensa: Conferencia de prensa, Junket, Premier

Eje Promoción

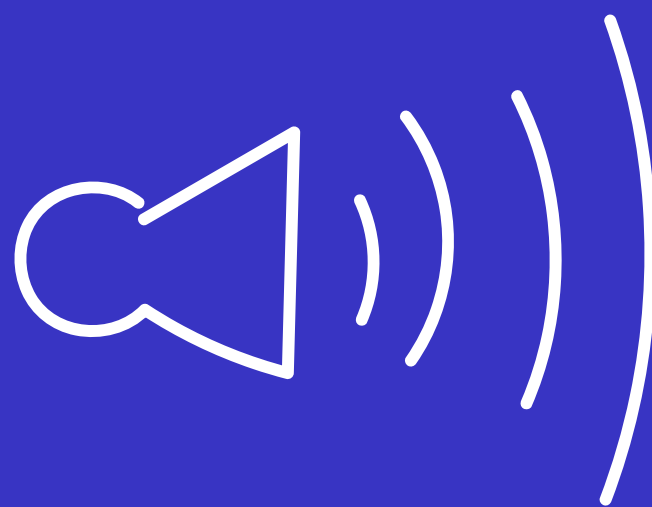
- Actividades promocionales / Experiencias para el público: concurso, sorteos, stunts
- Ferias y convenciones
- Briefing: Cómo se prepara un brief de trabajo en comunicación.

SEMINARIO

ACTUALIDAD Y TENDENCIA DEL MERCADO AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA

A través de diferentes seminarios web, abordaremos la actualidad en el Mercado Audiovisual en América Latina, conociendo de la mano de los expertos de Prensario Internacional, las tendencias de ferias, festivales y mercados de contenido entre otras ventanas de distribución y exposición.

El objetivo de estos encuentros en vivo es intercambiar en torno a experiencias exitosas, y sobre todo de potenciar las oportunidades para la internacionalización de múltiples obras audiovisuales.



EVALUACIÓN

- * La cursada contempla tres evaluaciones parciales, una por cada módulo.
- * El programa se aprueba con la realización de un trabajo integrador de los contenidos abordados.
- * Cada módulo cuenta con actividades que permitirán poner en articulación lo aprendido con la propia experiencia.
- * Valoramos e incentivamos el intercambio entre pares en los foros como forma de pensar en conjunto y expandir nuestro conocimiento

EQUIPO DOCENTE

OCTAVIO NADAL



MBA en Dirección de Marketing (USAL). Productor y Distribuidor Audiovisual. Docente en carreras de grado en UBA y en ENERC-INCAA. Director de la productora Aura Films. Especialista referente a nivel nacional e internacional, ha participado de los principales mercados y ferias a nivel mundial como distribuidor internacional, agente de ventas, expositor y disertante sobre producción, distribución y comercialización de contenidos audiovisuales, realizando aportes a proyectos y políticas públicas vinculadas con la circulación de obras audiovisuales desde hace más de 20 años.

FABIO PREPELITCHI



Lic. en producción de TV, Cine y Radio (UB). Especialización en Comunicación y Medios. Director de la empresa MURGA Productora Creativa, productora y distribuidora de programas y formatos para todas las plataformas, referente en el mercado. Recorre todos los aspectos de la producción televisiva, destacándose en posproducción en productoras líderes como Ideas del Sur, Cris Morena Group, RGB Entertainment, Endemol, FrameZero, 360 PowWow y LCA. Se especializa en el desarrollo de nuevos formatos de géneros híbridos para aplicaciones múltiples.

CECILIA CHIAPPANO



Licenciada en Publicidad, especializada en experiencias promocionales para la industria del entretenimiento. Comenzó su carrera a cargo del departamento de Promociones e Imagen de Canal 3 Rosario para continuar en Artear, como responsable de las comunicaciones de marketing B2B y los eventos de fidelización para socios de Canal 13 y todas sus señales de cable. En 2007 ingresó a la industria cinematográfica como Coordinadora de Prensa y Promociones de Sony Pictures, liderando durante 10 años las campañas de lanzamiento de todas las películas del estudio y produciendo activaciones y eventos especiales para el público. Actualmente se desempeña como General Project Manager de SDO PR & Entertainment.

EQUIPO DOCENTE

MAICA TRIMARCO



Licenciada en Comercialización, cuenta con una Diplomatura en Desarrollo y Gestión de Proyectos en la Industria Audiovisual. Comenzó su carrera laboral trabajando en Publicidad, en el área de cuentas de Leo Burnett, desarrollando campañas para clientes tanto de consumo masivo como de servicios. Posteriormente se especializó en entretenimiento ingresando en la industria cinematográfica. Como Directora de Marketing en Warner Bros. Pictures lideró campañas integrales de comunicación para el lanzamiento de más de 250 películas, entre ellas Relatos Salvajes, record histórico de taquilla. Cuenta con 20 años de experiencia en la creación y planificación de estrategias integrales para el lanzamiento de contenido, incluyendo desarrollo creativo, medios, promociones, prensa, eventos, activaciones y experiencias para el público y para medios especializados. En 2020 creó Entertainment Marketing Lab un espacio de asesoría, capacitación y networking para la industria del entretenimiento. Actualmente también colabora en SDO Entertainment en Gestión y Desarrollo de contenidos audiovisuales.

FABRICIO FERRARA



Lic. en Comunicación Social y Director de Negocios Internacionales de Prensario TV. Cuenta con un amplio conocimiento de la industria en Argentina y Latinoamérica y del mercado audiovisual global como asesor y desarrollador de investigaciones, analizando a través de paneles e informes técnicos la industria de contenidos y los mercados internacionales para Latinoamérica.

ORGANIZAN



Instituto de
Extensión



Universidad
Nacional
Villa María

