
DIPLOMATURA EN DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN AUDIOVISUAL

Instituto de
Extensión



**Universidad
Nacional
Villa María**

Instituto de
Extensión



Universidad
Nacional
Villa María

DIPLOMATURA EN **DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN AUDIOVISUAL**

MODELOS, PRÁCTICAS Y DESAFÍOS
EN LA CONVERGENCIA DIGITAL.
100% online.

PRESENTA— CIÓN

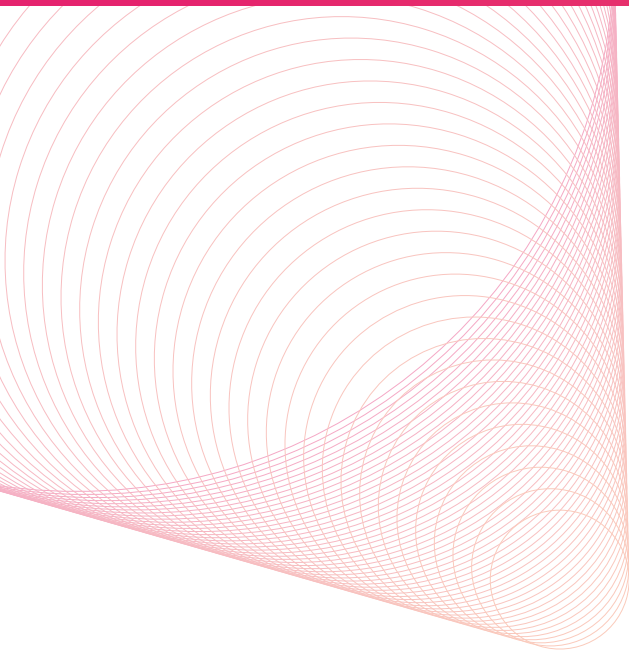
_LA DISTRIBUCIÓN COMO ETAPA FUNDAMENTAL EN LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL

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.

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



DURACIÓN:

3 MESES

240 Hs. reloj

VACANTES LIMITADAS

CURSADO 100% ONLINE

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.

En la Diplomatura en Distribución y Exhibición Audiovisual, destacados especialistas del ámbito académico y profesional a nivel regional, nacional e internacional; abordarán los principales conceptos teóricos y experiencias prácticas de los diferentes modelos de distribución y sus posibles combinaciones; para capacitar a profesionales en el diseño e implementación de la estrategia de distribución y exhibición más acorde a cada proyecto en el contexto actual.



¿QUÉ — APRENDEREMOS?

En 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.

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—

GENERALES

- 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.

ESPECÍFICOS

- 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.



A QUIÉNES ESTÁ — DIRIGIDO

- Productores y realizadores audiovisuales (Cine, Televisión, Plataformas Digitales).
- Docentes terciarios - universitarios y estudiantes avanzados 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.
- Interesados en desarrollar estrategias y planes de distribución de contenidos audiovisuales a nivel regional, nacional e internacional.

CONTENIDOS —

I. DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA.

En este módulo, analizaremos los Medios Audiovisuales en el contexto actual. Estudiaremos los derechos Cesibles de la Obra Audiovisual, como también los distintos contratos comerciales (análisis, aspectos Impositivos, seguros, etc.). Por otro lado, indagaremos en el Mercado Audiovisual Global (Ferias y festivales) y veremos aspectos centrales en la negociación, reconociendo a los múltiples participantes del Mercado.

Primordialmente aprenderás a desarrollar una campaña promocional considerando los ingresos potenciales; así como los materiales técnicos necesarios para la comercialización.

Contenidos

- Derechos Cesible 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).

II. COMERCIALIZACIÓN EN MEDIOS TRADICIONALES Y PLATAFORMAS DIGITALES.

En este módulo veremos que un audiovisual puede tener múltiples aplicaciones comerciales, maximizando el retorno de la inversión. Estudiaremos la importancia de pensar la distribución en la etapa de conceptualización inicial de un proyecto como también en la producción. Exploraremos las modalidades de comercialización que existen, incluyendo la coproducción. Analizaremos cuáles son los mercados y principales acuerdos internacionales de compraventa de proyectos, contenidos, formatos; y cómo prepararnos para ellos, aprendiendo las convenciones terminológicas internacionales.

- 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).

CONTENIDOS —

- Contratos de Opción. Contratos de Licencia.
- Derechos para remake.
- El distribuidor como co-productor, y el Productor como Distribuidor.
- Vínculo Productor – Distribuidor. Qué exigir y qué esperar.
- Confección de materiales promocionales.
- Ferias y mercados de contenidos.
- ¿Qué es una biblia?.
- Control Creativo y Supervisión.
- 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 spill-over.
- 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.

III. ACTUALIDAD Y TENDENCIA DEL MERCADO AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA.

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

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

EQUIPO DOCENTE

OCTAVIO NADAL

MBA en Dirección de Marketing (USAL). Productor y Distribuidor Audiovisual. Docente en carreras de grado y posgrado sobre distribución y comercialización audiovisual en UBA y en ENERC-INCAA. Director de la productora Aura Films especializada en desarrollo de proyectos, distribución y comercialización de contenidos audiovisuales a nivel internacional. Especialista referente de la industria audiovisual a nivel nacional e internacional, con una destacada trayectoria, 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.

FABRICIO FERRARA

Director de Negocios Internacionales de Prensario Internacional, publicación pionera con más de 25 años cubriendo el negocio de la televisión mundial. Tiene más de 10 años de experiencia asistiendo a las principales ferias comerciales y analizando las tendencias de las industrias de contenido y programación. Uno de sus principales logros ha sido expandir la presencia de la compañía y hacer de Prensario International una referencia en otras regiones del mundo, como Asia Pacífico, MENA y CEE.



METODOLOGÍA DE — CURSADO

AULA VIRTUAL

La modalidad es completamente online, sin instancias presenciales. No es necesaria la conexión en días u horarios específicos, pudiendo acceder al aula las 24hs desde cualquier computadora o dispositivo electrónico con internet, para alcanzar los objetivos semanales con la guía del calendario y el acompañamiento de tutores y docentes.

A través de una plataforma virtual intuitiva; se accede a los distintos contenidos a través de libros interactivos que integran materiales de lectura, videos, infografías y sitios web que abordan cada contenido.

Se comparten experiencias y conocimientos con colegas profesionales de distintos países de habla hispana, a través de foros temáticos y conferencias online con los docentes.

- **Modalidad:** completamente online y a distancia.

- **Duración:** 3 meses - 240 horas reloj.

- **Dedicación:** se sugiere una conexión 3 veces a la semana / 2-3 horas semanales.

- **Evaluación:** Resolución de actividades prácticas, la participación de al menos el 80 % de los foros de debate guiados por los docentes y la aprobación de un proyecto final individual.

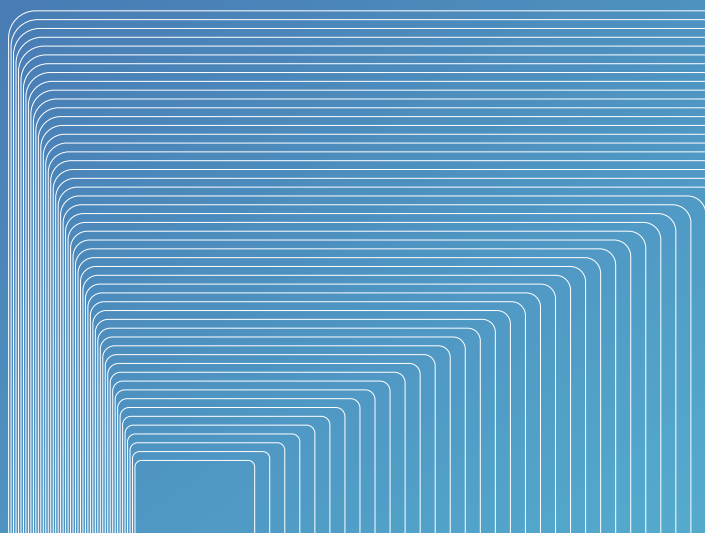
La participación de las conferencias en vivo no es obligatoria, pudiendo asistir a los videos luego. El calendario prevé instancias de repaso y recupero para quienes desapruében o se ausenten durante el cursado.

CERTIFICADO _____

SE OTORGA CERTIFICADO DE DIPLOMATURA EN: DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN AUDIOVISUAL, expedido por la Universidad Nacional de Villa María – Instituto de Extensión, a quienes aprueben los bloques temáticos y el trabajo final individual.

Quienes residen fuera de la Argentina, reciben el certificado como constancia de realización y aprobación. Debido a su duración (10 semanas), no puede validarse con Apostilla de Haya, reservada únicamente para carreras de posgrado con una duración mínima de 1 año.

El certificado se expide con rúbrica y soporte digitales. Se podrá optar por la emisión del certificado en papel, sellado y suscrito por las autoridades universitarias en original, mediante el pago de un arancel adicional que incluye el envío por correo postal al domicilio particular de cada estudiante. Se solicita al finalizar el cursado.





Organizan



Instituto de
Extensión



Universidad
Nacional
Villa María

Con el aval de

