

CURSO	:	INDUSTRIA AUDIOVISUAL / CINE AND TV INDUSTRIES
SIGLA	:	COM609
CRÉDITOS	:	10
MÓDULOS	:	02
REQUISITOS	:	COM706
CARÁCTER	:	OPTATIVO

I. DESCRIPCIÓN

Curso teórico práctico que analiza la industria audiovisual chilena y su vinculación con la industria audiovisual mundial, mediante estudios de casos reales y simulaciones de situaciones profesionales. La participación de importantes personalidades del sector audiovisual chileno como profesores invitados, ayuda a conocer los distintos actores de nuestra industria, entregando claves para comprender el mercado y desarrollar habilidades que permitan a los alumnos poder, más tarde, participar en éste.

II. OBJETIVOS

Generales

1. Conocer y comprender la industria audiovisual chilena y sus mercados nacionales e internacionales.

Específicos

1. Conocer las distintas formas de financiamiento de los productos audiovisuales chilenos.
2. Estudiar los distintos actores de la industria audiovisual.
3. Conocer y aplicar estrategias de marketing audiovisual.
4. Conocer la cadena de explotación de las obras audiovisuales.

III. CONTENIDOS

1. La industria audiovisual en el mundo.
2. Historia de la industria audiovisual chilena.
3. Formas de financiamiento del audiovisual chileno.
4. Actores de la industria.
5. Relación entre actores.
6. Marketing audiovisual.
7. Negociaciones de derechos y contratos.
8. La cadena de explotación.

IV. METODOLOGÍA

- Clases lectivas.
- Análisis de casos.
- Charlas de profesores expertos invitados.
- Visionado de material.
- Visitas a terreno.
- Simulaciones de situaciones profesionales.

V. EVALUACIÓN

- Controles de lectura.
- Trabajos prácticos.
- Proyecto final.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, Michael A Handbook of Management Principles. London, Kogan Page, 1993. 2nd. Ed.
- Barban, Cristol & Kopec Essentials of Media Planning a Marketing Viewpoint. Chicago, NTC Business Books, Lincolnwood, 1993. 3rd. ed.
- Boyd, Westfall & Stasch Marketing Research, Text and Cases. Illinois, Irwin, 1994. 7th Ed.
- Hindle, Martin La negociación eficaz. Barcelona, Grijalbo, 1998.
- Kotler, Philip Dirección de mercadotecnia. Análisis, planificación y control. México, Diana 1981. 3ª ed.
- Kotler, Philip y Roberto, Eduardo Mercadotecnia social. Estrategias para cambiar el comportamiento público. México, Diana, 1992.
- Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos. Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Administración. Santiago, Chile, 1995.
- Sherman, Barry Telecommunications Management. Broadcasting / Cable And The New Technologies. New York, McGraw Hill, 1995.