ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO: FESTIVALES Y EVENTOS CINEMATOGRÁFICOS

Código: 21A321

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1.	Asignatura	: Festivales y Eventos cinematográficos
1.2.	Requisito	: Realización Audiovisual.
1.3.	Ciclo Académico	: IX
1.4.	Período Académico	: 2025-1
1.5.	Horas Académicas Semanales	: 4
	Horas de Teoría:	: 2
	Horas de Práctica:	: 2
1.6.	Horas Lectivas Semestrales	: 64
	Horas de Teoría	: 32
	Horas de Práctica	: 32
1.7.	Créditos Académicos	: 4

2. SUMILLA

Este curso proporciona a los estudiantes una visión integral de la planificación, gestión y ejecución de eventos cinematográficos, con un enfoque especial en festivales de cine. Se exploran los aspectos teóricos y prácticos de la organización de festivales, incluyendo la curaduría de contenidos, gestión de públicos, logística, financiamiento, comunicación y alianzas estratégicas. Como proyecto final, los estudiantes concebirán, desarrollarán y ejecutarán un festival de cine universitario, aplicando los conocimientos adquiridos y enfrentando los retos reales de la producción de un evento cultural de este tipo.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: Cine internacional y cine peruano.
- Unidad II: Preproducción de un festival de cine universitario.
- Unidad III. Producción de un festival de cine universitario.
- Unidad IV. Ejecución de un festival de cine universitario.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Pensamiento crítico.
- Comunicación efectiva.
- Gestión del tiempo y organización.
- Responsabilidad ética y compromiso social.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Analiza modelos de festivales cinematográficos nacionales e internacionales, identificando sus estructuras organizativas, propuestas curatoriales, estrategias de comunicación y gestión de públicos.
- Formula propuestas conceptuales y temáticas para festivales de cine, articulando una identidad clara, objetivos definidos y pertinencia cultural.
- Diseña planes de producción y logística para eventos cinematográficos, considerando factores como cronograma, locaciones, permisos, equipos técnicos y gestión de personal.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: Cine internacional y cine peruano. Formulación de una propuesta de evento o festival cinematográfico en el Perú.	CAPACIDAD: Desarrolla capacidad de análisis de una obra de ficción no comercial.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	1	El cine. Análisis de una obra cinematográfica.	Similitudes entre la comunicación audiovisual y la cinematografía para poder adaptar dichos conocimientos adquiridos en la disciplina artística.	Muestra disposición para analizar el proceso de uso de la ficción en sus diversos géneros.	Realizar una crítica cinematográfica de una obra vanguardista tomando como referencia el modelo de análisis planteado.	Disposición a despertar y ejercitar la investigación.
	2	Cine peruano. Historia del cine digital en el Perú.	Características del mercado cinematográfico peruano en la época digital.	Muestra disposición para analizar el proceso de uso de la ficción en sus diversos géneros.	Realizar una crítica cinematográfica de una obra peruana tomando como referencia el modelo de análisis planteado.	Disposición a despertar y ejercitar el proceso de investigación.
	3	Conceptualización y tipología de festivales de cine.	Características y tipos de festivales cinematográficos para formular una propuesta de evento cinematográfico universitario.	Valora la importancia de los festivales de cine para la difusión de obras no comerciales.	Buscar un festival de cine (consultar en FB e IG) que esté actualmente en vigencia y realizar un videoensayo sobre él.	Disposición a despertar y ejercitar el proceso de investigación e imaginación.
	4	Identidad y organigrama de un festival de cine.	Cargos y funciones existentes dentro de un festival cinematográfico. Creación de la identidad visual de un festival.	Valora la importancia de los festivales de cine para la difusión de obras no comerciales.	Formular una propuesta de festival cinematográfico determinando cada uno de los elementos observados en clase.	Disposición a despertar y ejercitar el proceso de investigación e imaginación.

UNIDAD II: Formulación y preproducción de un evento o festival cinematográfico.	CAPACIDAD: Domina las áreas y funciones inherentes a la organización de un festival de cine.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	5	Programación y comunicación de un festival de cine.	Objetivos de la programación de un festival de cine. Canales de comunicación digitales para un evento cinematográfico.	Reconoce y asume las funciones de cada área de un festival cinematográfico.	Formular la historia, misión, visión y objetivos de la organización; plantear la identidad visual y el análisis FODA del festival.	Aprende a realizar funciones específicas para la consecución de un festival cinematográfico.
	6	Gestión de públicos. Estrategias de formación de públicos.	Desarrollo de acciones internas y externas para la gestión de públicos.	Entiende la importancia de cada cargo y desarrolla un plan de acción..	Diseñar estrategias de desarrollo de públicos que permitan su ampliación, diversificación y/o fidelización.	Aprende a realizar funciones específicas para la consecución de un festival cinematográfico.
	7	Modalidades de formación de públicos.	Reconocimiento de diferentes modalidades de formación de público interno como externo más allá de la exhibición de obras.	Plantea una o más modalidades de formación de públicos dentro del festival cinematográfico.	Diseñar actividades con estrategias metodológicas para incentivar el uso del lenguaje audiovisual dirigidas a públicos específicos.	Entender y dar valor a cada uno de las áreas de organización del festival.
	8	Presentación del festival de cine universitario.	Realización de un pitch de festival o evento cinematográfico ante un jurado para determinar la viabilidad del proyecto.	Plantea una o más modalidades de formación de públicos dentro del festival cinematográfico.	En un PDF o Canva realizar la presentación de la preproducción del festival. Cada grupo realizará parte de la presentación.	Entender y dar valor a cada uno de las áreas de organización del festival.

UNIDAD III: Producción del festival de cine universitario.	**CAPACIDAD:** Desarrolla criterio para la apropiada para la utilización de guiones de ficción en diferentes contenidos audiovisuales.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	9	Cronograma y programación del festival de cine universitario.	Realiza un diagrama de Gannt para el cronograma y un Excel para la programación.	Valora la importancia de la planificación en la consecución de un evento cinematográfico.	Formular un cronograma, una programación y cartas de invitación a los jurados del festival.	Reconoce la importancia de la planificación en la producción audiovisual.
	10	Presupuesto de un festival de cine universitario.	Recoge el modelo de presupuesto de DAFO para proyectos cinematográficos.	Valora la importancia de la planificación en la consecución de un evento cinematográfico.	Realizar el presupuesto detallado por área para el festival de cine universitario.	Reconoce la importancia de la planificación en la producción audiovisual.
	11	Financiamiento de un evento cinematográfico.	A partir del presupuesto realizado, se reconocen actividades de financiamiento audiovisuales.g	Valora la importancia de la planificación en la consecución de un evento cinematográfico.	Realizar el plan de ingresos para alcanzar el presupuesto del festival de cine universitario.	Reconoce la importancia de la planificación en la producción audiovisual.
	12	Biblia de producción del festival de cine universitario.	Reconoce los elementos de construcción de una biblia de producción de un festival de cine.	Valora la importancia de la planificación en la consecución de un evento cinematográfico.	Desarrollar la primera parte de la biblia de producción del festival de cine universitario.	Reconoce la importancia de la planificación en la producción audiovisual.

UNIDAD IV: Ensayo final y ejecución del festival de cine universitario	**CAPACIDAD**: Analiza guiones pertenecientes al género de ficción y que manejen diversos tiempos cronológicos.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	13	Biblia de producción del festival de cine universitario.	Reconoce los elementos de construcción de una biblia de producción de un festival de cine.	Desarrolla propuestas de mejora a la producción del festival de cine universitario.	Desarrollar la segunda parte de la biblia de producción del festival de cine universitario .	Ejecuta con asertividad la producción de un festival de cine universitario.
	14	Pitch de presentación de proyecto.	Desarrolla habilidades necesarias para presentar su proyecto ante un fondo concursal.	Capacidad de desarrollar una propuesta ganadora y de alto valor ante un jurado de un concurso.	Subir documentación para participar en el fondo concursable de DAFO para estímulos económico a la cinematografía.	Ejecuta con asertividad la producción de un festival de cine universitario.
	15	Ensayo de festival de cine universitario.	Ejecuta el ensayo del festival de cine universitario según lo planteado en la biblia de producción.	Capacidad para resolver situación complejas en un adecuado periodo de tiempo.	Realizar el registro del ensayo del festival de cine universitario según lo planificado en la programación.	Ejecuta con asertividad la producción de un festival de cine universitario.
	16	**EXAMEN FINAL**				

7. EVALUACIÓN

7.1. Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:
EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1. Clares, J. et.al. (2013). Distribución audiovisual en Internet: VOD y nuevos modelos de negocio. Barcelona, UOC.

8.2. García, R. et.al. (2024). Normas y diferencias: la diversidad funcional y las artes escénicas, la literatura y el cine. Berlín, De Gruyter.

8.3. Jijena, R. (2014). Cómo organizar eventos con éxito: ciencia & técnica. Buenos Aires, Ugerman.

8.4. Pujol, C. (2011). Fans, cinéfilos y cinéfagos: una aproximación a las culturas y los gustos cinematográficos. Barcelona, UOC.

8.5. Vallejo, A. y Peirano , M. (2017). Festivales de cine y antropología. Newcastle, Cambridge Scholar.

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO: ESTRATEGIAS Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRÁFICA
Código: 21A322

2. INFORMACIÓN GENERAL

8.6. Asignatura		: Estrategias y canales de distribución cinematográfica
8.7. Requisito		: ---
8.8. Ciclo Académico		: IX
8.9. Período Académico		: 2025-1
8.10.	Horas Académicas Semanales	: 6
	Horas de Teoría:	: 3
	Horas de Práctica:	: 3
8.11.	Horas Lectivas Semestrales	: 96
	Horas de Teoría	: 48
	Horas de Práctica	: 48
8.12.	Créditos Académicos	: 4

9. SUMILLA

En un mundo donde la competencia por la atención del público es feroz, las estrategias de distribución cinematográfica se han convertido en un elemento imprescindible para el éxito de una película. Desde el uso de plataformas digitales hasta la organización de estrenos exclusivos, cada decisión cuenta. Este silabo considera cómo las innovaciones en la distribución están transformando la forma en que las audiencias acceden al cine y cómo estas tácticas pueden marcar la diferencia entre un gran fracaso y un éxito rotundo en taquilla.

10. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: Estrategias de distribución
- Unidad II: Plataformas de distribución
- Unidad III. Festivales culturales
- Unidad IV. Las producciones y la audiencia

11. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Comprender los diferentes canales y estrategias de distribución cinematográfica.
- Analizar las tendencias actuales en distribución, incluyendo plataformas digitales y distribución independiente.
- Diseñar planes de distribución adaptados a diferentes tipos de obras y mercados.
- Evaluar el impacto de la distribución en la comercialización y visibilidad de una película.

12. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- **Analizar los procesos y actores de la distribución cinematográfica:**
  - Comprender las diferentes etapas y actores involucrados en la distribución de obras cinematográficas, desde productores hasta exhibidores y plataformas digitales.
- **Conocer los modelos tradicionales y emergentes de distribución:**
  - Identificar y explicar los diversos canales utilizados tradicionalmente y en la era digital, incluyendo salas de cine, distribución física, plataformas en línea y distribuciones independientes.
- **Diseñar estrategias de distribución adaptadas a diferentes tipos de obras y mercados:**
  - Elaborar planes efectivos que consideren las características del contenido, público objetivo, canales adecuados y mercados internacionales.
- **Aplicar conocimientos sobre derechos, contratos y aspectos legales relacionados con la distribución:**.

13. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	**Analizar los procesos y actores de la distribución cinematográfica**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	1	Definición de distribución, exhibición y mercado cinematográfico.	Lectura y discusión de textos sobre historia y evolución del mercado cinematográfico.	Curiosidad por entender el panorama completo de la industria.	Clase expositiva con apoyo audiovisual, discusión en grupo.	El estudiante podrá definir correctamente los conceptos fundamentales de distribución y exhibición.
	2	Tipos de distribución en salas, formatos físicos, agentes distribuidos.	Análisis de casos prácticos de distribución física y en salas.	Actitud crítica respecto a la transformación del mercado tradicional.	Taller de análisis de distribución de películas clásicas y contemporáneas.	El estudiante podrá identificar y describir diferentes modelos tradicionales de distribución.
	3	Roles y funciones de productores, distribuidoras, exhibidores.	Mapa de la cadena de distribución y roles asociados.	Valoración del trabajo en equipo y coordinación de actores.	Dinámica de simulación de interacción entre actores en la cadena.	El estudiante podrá explicar el proceso completo y los actores principales en la distribución.
	4	Estrategias de marketing, promoción y ventas internacionales.	Diseño de un plan de comercialización básico para una película.	Interés por comprender la importancia de la promoción.	Taller de creación de campañas de lanzamiento y análisis de campañas exitosas.	El estudiante diseñará un esquema de estrategia de marketing para un proyecto cinematográfico.

UNIDAD II: E PLATAFORMAS DE DISTRIBUCIÓN	**Conocer los modelos tradicionales y emergentes de distribución**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	5	Tipologías de plataformas digitales (streaming, VOD, SVOD).	Análisis comparado de plataformas y modelos de negocio digital.	Actitud de apertura hacia nuevas tecnologías y formatos.	Caso de estudio: análisis de distribución digital de una película.	El estudiante será capaz de identificar diferentes plataformas y diseñar propuestas básicas de distribución digital.
	6	Modelos independientes, autogestión, festivales especializados.	Elaboración de un mapa de canales alternativos en distribución.	Estado de actitud proactiva y creativa ante nuevos formatos.	Taller de ideación y planificación de una estrategia de distribución alternativa.	El alumno podrá diseñar una estrategia de distribución en canales no convencionales.
	7	Tipos de derechos, contratos y aspectos legales.	Análisis y simulación de negociación contractual.	Actitud ética frente a aspectos legales y de propiedad intelectual.	Taller de análisis de contratos propios y revisión de casos reales.	El estudiante entenderá los aspectos legales básicos y negociará condiciones simuladas.
	8	Ferias, mercados internacionales, co-producciones.	Mapa de ferias y análisis de oportunidades internacionales.	Interés por la cooperación y la expansión global.	Simulación de una reunión de negocios internacionales.	Podrá identificar ferias y diseñar una estrategia para ingresar a mercados internacionales.

UNIDAD III: FESTIVALES CULTURALES	Diseñar estrategias de distribución adaptadas a diferentes tipos de obras y mercados					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	9	Impacto de Internet, nuevos modelos de negocio (SVOD, AVOD).	Análisis de tendencias y creación de propuestas para distribución digital.	Actitud innovadora y crítica frente a la evolución digital.	Taller de análisis de casos de plataformas de streaming y su impacto.	Podrá evaluar ventajas y desafíos y diseñar una propuesta de distribución digital.
	10	Estudio de casos de películas distribuidas con éxito.	Análisis y discusión en grupo, presentación de casos.	Actitud de respeto y valoración por buenas prácticas en la industria.	Presentación y debate de casos seleccionados.	El estudiante podrá identificar estrategias clave y explicar por qué tuvieron éxito.
	11	Diseño, planificación y uso de redes sociales y marketing digital.	Creación de un plan de campaña de lanzamiento.	Actitud proactiva creativa y ética en promoción.	Taller práctico: diseñar una campaña de lanzamiento para una película.	Podrá diseñar un plan de publicidad y promocionar una obra en diferentes plataformas.
	12	Herramientas de análisis de audiencia y mercado.	Uso de herramientas digitales para análisis de datos y resultados.	Actitud analítica y de mejora continua.	Taller práctico con plataformas de métricas y análisis de resultados.	El alumno podrá interpretar datos y ajustar estrategias en función de los resultados.

UNIDAD IV: LAS PRODUCCIONES Y LA AUDIENCIA	• **Aplicar conocimientos sobre derechos, contratos y aspectos legales relacionados con la distribución:**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	13	Realidad virtual, aumentada, nuevos formatos y plataformas.	Investigación y análisis de nuevas tecnologías en distribución.	Actitud innovadora, curiosidad y apertura a cambios tecnológicos.	Presentación de artículos, debates y propuestas innovadoras.	Podrá identificar tendencias emergentes y proponer ideas para su aplicación en distribución.
	14	Elaboración y exposición de un plan completo de distribución.	Trabajo en equipo, elaboración de propuestas, presentaciones orales y escritas.	Actitud colaborativa, responsable, ética y creativa.	Desarrollo de un plan completo y exposición ante la clase.	El estudiante presentará y defenderá un plan de distribución integral, demostrando capacidades analíticas y creativas.
	15	Elaboración y exposición de un plan completo de distribución.	Trabajo en equipo, elaboración de propuestas, presentaciones orales y escritas.	Actitud colaborativa, responsable, ética y creativa.	Desarrollo de un plan completo y exposición ante la clase.	El estudiante presentará y defenderá un plan de distribución integral, demostrando capacidades analíticas y creativas.
	16	**EXAMEN FINAL**				

14. EVALUACIÓN

14.1. Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:
EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

15. BIBLIOGRAFÍA

15.1. Físicas

- Zolotow, R. (2015). The Business of Film: A Concise Introduction. Routledge. Weissman, D. (2014).
- The Film Distribution Business. Focal Press. Socarraz, A. (2018).
- Distribución Cinematográfica y Estrategias de Mercado. Editorial Académica.

15.2. Virtuales

15.2.1. Campbell, J. El héroe de las mil caras http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/25143_91318.pdf
15.2.2. El Proceso de creación de la mano del cineasta, Guillermo del Toro para UOC https://www.youtube.com/watch?v=01IxQSshhuc&t=862s
15.2.3. CELTX https://www.celtx.com/index.html
15.2.4. Cubero, David Esteban. Guiones y guionistas. https://open.spotify.com/show/1zVGuRGTBtfUP5ZVp8KSLr
15.2.5. Roberto Bolaño: la belleza de pensar https://www.youtube.com/watch?v=4opmK0SO-J8
15.2.6. Cinco podcasts interesantes para guionistas.
15.2.7. https://creamundi.es/cinco-podcasts-interesantes-para-guionistas/

SÍLABO:
MONTAJE Y POST PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Montaje y Post Producción Audiovisual
1.2	Requisito	:	
1.3	Ciclo Académico	:	IX
1.4	Periodo Académico	:	2025-II
1.5	Horas Académicas Semanales	:	6
	Horas de Teoría	:	3
	Horas de Práctica	:	3
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	96
	Horas de Teoría	:	48
	Horas de Práctica	:	48
1.7	Créditos Académicos	:	4

2. SUMILLA

El curso de Montaje y Post Producción Audiovisual es de naturaleza teórico-práctico. El curso busca que el estudiante comprenda cómo se genera el mensaje a través de los procesos técnicos de la edición. Establece el sentido final de un proyecto. Asimismo, busca desarrollar las capacidades para que el estudiante comprenda y valore los recursos tecnológicos, identificando que la secuencia narrativa no se hace a partir de ellos, sino que nace de un trabajo planificado y creativo previo al proceso técnico.

Del mismo modo aprende los recursos de postproducción dentro de un marco de eficiencia y gestión armónica del mensaje audiovisual con su público final. Los temas principales son: Edición de video, efectos visuales, transiciones, animación de video, postproducción audiovisual.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: Importancia del montaje y la post producción en la generación de contenidos audiovisuales.
- Unidad II: El montaje, la post producción audiovisual lo técnico y la creación del sentido narrativo, lo artístico, elementos visuales y sonoros.
- Unidad III: El montaje, la post producción, tipos el proceso técnico, importancia de la estructura narrativa y sus dimensiones expresivas.
- Unidad IV: Nuevas plataformas de post producción audiovisual, el chroma key, la IA, redes sociales, presentación y exposición del proyecto audiovisual final.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Conocimiento de la historia y evolución de los medios audiovisuales a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, se desarrollará igualmente el conocimiento en la relación entre la evolución tecnológica e industrial y el lenguaje audiovisual teniendo en cuenta los conceptos teóricos-prácticos de las representaciones audiovisuales, los sistemas de comunicación y los valores simbólicos culturales.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Ubica y reconoce la importancia, así como la evolución del montaje, la post producción audiovisual y la construcción de contenidos como capacidad para contar una historia
- Reconoce, valora e interpreta el aporte de las tecnologías de edición y montaje en la intención comunicacional como parte del proceso de producción audiovisual.
- Aprende, conoce y evalúa la importancia del desarrollo de un buen montaje o post producción y su tratamiento técnico como componente narrativo, ordenado y lógico en una línea de tiempo y su impacto en las audiencias.
- Ejecuta, evalúa y expone los diversos elementos aprendidos para el desarrollo de un proyecto audiovisual, así como incorpora en el análisis la importancia de nuevos sistemas de tecnología.

-------o------

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: IMPORTANCIA DEL MONTAJE Y LA POST PRODUCCIÓN EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES	**CAPACIDAD: Ubica y reconoce la importancia, así como la evolución del montaje, la post producción audiovisual y la construcción de contenidos como capacidad para contar una historia**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	1	Introducción a los principios e historia del montaje audiovisual, las fases del montaje audiovisual y su importancia.	Reconoce la importancia de la historia del montaje audiovisual como desarrollo de una labor profesional.	Valora el trabajo de identificar y procesar las fases para un trabajo ordenado.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point y posteriormente durante la práctica el estudiante analiza e inicia el proceso y reconoce su aplicación en la parte técnica.	Reconoce la importancia de un trabajo ordenado dentro del proceso del montaje audiovisual.
	2	Clasificación del montaje audiovisual: interno y externo	Reconoce las formas como se presenta el montaje audiovisual a la hora de evaluar el desarrollo de un producto audiovisual.	Identifica, evalúa y diferencia en un trabajo audiovisual las formas del montaje audiovisual.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point y posteriormente el estudiante desarrolla una práctica reconociendo el aporte de la tecnología.	Identifica y diferencia la información a lograr de acuerdo a sus funciones comunicativas en ambas formas.
	3	Tipos de Montaje audiovisual	Identifica y valora en la creación de un contenido audiovisual la forma de trabajar imágenes y su continuidad.	Identifica las diferentes formas de transmitir emociones a través de lo audiovisual.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos, Power point y durante la práctica aplicativa.	Reconoce y valora la imagen y el sonido su orden en la creación de un producto audiovisual.
	4	Principales técnicas de montaje, exposiciones de grupo.	Analiza y reconoce los aportes de las diferentes técnicas de montaje en la construcción de un contenido audiovisual.	Valora la importancia de las técnicas de montaje en el trabajo de un programa audiovisual.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point y análisis de casos, y posteriormente el estudiante desarrolla prácticas guiadas.	Identifica la importancia de las técnicas de montaje en su trabajo como comunicador audiovisual y su impacto.

UNIDAD II: EL MONTAJE, LA POST PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL LO TÉCNICO Y LA CREACIÓN DEL SENTIDO NARRATIVO, LO ARTÍSTICO, ELEMENTOS VISUALES Y SONOROS.	**CAPACIDAD Reconoce, valora e interpreta el aporte de las tecnologías de edición y montaje en la intención comunicacional como parte del proceso de producción audiovisual**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	5	Lo narrativo en la creación de un lenguaje para el montaje o la post producción .	Reconoce el entorno de lo narrativo y operativo de la labor profesional en el desarrollo de un contenido audiovisual.	Reconoce la importancia del desarrollo operativo tecnológico en la emisión de contenidos audiovisuales y su teleaudiencia.	El docente expone con PPT. Y material audiovisual, igualmente el estudiante desarrolla la práctica.	Identifica lo narrativo su importancia y el manejo de este con las tecnologías.
	6	Importancia del montaje y la post producción en la generación de una intención comunicacional.	Identifica la importancia del entorno operativo su labor profesional y responsabilidad al generar un contenido audiovisual	Reconoce la importancia de lo tecnológico y su operatividad en el proceso de una intención de comunicación audiovisual y su público.	El docente expone el tema con PPT así como material audiovisual, el estudiante desarrolla la práctica.	Reconoce y aplica las tecnologías en realización audiovisual en la etapa de post producción.
	7	La estructura narrativa temporalidad su postproducción y principales recursos visuales y sonoros.	Identifica la importancia del entorno de recursos narrativos en la post producción, lo auditivo y visual.	Reconoce la importancia de la operatividad en el proceso de post producción audiovisual.	El docente expone el tema con PPT así como material audiovisual, se desarrolla la práctica.	Identifica, reconoce la importancia de la actividad narrativa sonora y visual.
	8	La estructura narrativa recursos y su influencia audiovisual en la postproducción Lo onírico, leitmotiv, macgufin, anticipación, hareng-sour, suspenso y sorpresa.	Reconoce la importancia de recursos operativos, así como su interacción con lo creativo y posibilidades de impacto audiovisual narrativo y artístico.	Valora e identifica las posibilidades entre lo operativo la tecnología y lo artístico y lo creativo en el proceso de post producción audiovisual.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point y análisis de casos así como la practica respectiva.	Aprecia y , reconoce la importancia de la actividad creativa y artística en la elaboración de un mensaje audiovisual..

UNIDAD III: EL MONTAJE, LA POST PRODUCCIÓN, TIPOS EL PROCESO TÉCNICO, IMPORTANCIA DE LA ESTRUCTURA NARRATIVA Y SUS DIMENSIONES EXPRESIVAS.	**CAPACIDAD: Aprende, conoce y evalúa la importancia del desarrollo de un buen montaje o post producción y su tratamiento técnico como componente narrativo, ordenado y lógico en una línea de tiempo y su impacto en las audiencias**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	9	El montaje y la post producción, categorías sucesión espacio-temporal y narrativa.	Conoce e identifica la importancia del tratamiento técnico y su expresión narrativa.	Reconoce la importancia del manejo lógico de lo técnico y su contenido para un público.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas y material audiovisual, desarrolla las prácticas.	Identifica, reconoce la importancia de la actividad creativa y narrativa en la post producción y montaje.
	10	Montaje por acción, por posición de pantalla, formal, conceptual combinado.	Reconoce la importancia de la forma como se presenta la parte lógica y secuencial en la expresión del mensaje audiovisual en la etapa final de un contenido audiovisual.	Identifica, evalúa y diferencia la información teórica y su aplicación y formas de presentarse en un programa contenido audiovisual.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas y material audiovisual, se desarrollan las prácticas.	Identifica y diferencia la técnica de montaje de acuerdo a sus funciones comunicativas en la edición audiovisual..
	11	Las técnicas de corte para montaje y post producción audiovisual.	Identificar y reconocer la importancia del trabajo de continuidad y eje en el desarrollo de una línea de tiempo narrativo.	Identifica, reconoce y evalúa la forma como se desarrolla la edición y sus técnicas.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas y material audiovisual.	Desarrollo de una idea e importancia televisiva de la posterior posproducción audiovisual y su registro.
	12	Las técnicas y tipos de transiciones en post producción y montaje audiovisual. Exposiciones de grupo.	Reconoce e identifica el impacto de una buena transición de imagen en una post producción o montaje.	Identificar este proceso su técnica e impacto y de medición y su aplicación en la construcción de un contenido audiovisual.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición, Diapositiva y presentación de caso. Desarrolla las prácticas del caso.	Desarrolla un concepto y sentido evaluativo de la importancia de la edición en lo creativo y su aplicación.

UNIDAD IV: NUEVAS PLATAFORMAS DE POST PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL, EL CHROMA KEY, LA IA, PRESENTACIÓN Y EXPOSICIÓN DEL PROYECTO AUDIOVISUAL FINAL.

CAPACIDAD: Ejecuta, evalúa y expone los diversos elementos aprendidos para el desarrollo de un proyecto audiovisual, así como incorpora en el análisis la importancia de nuevos sistemas de tecnología.

Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia de medios)	Indicadores de Logros
13	Nuevas plataformas y el futuro de la Post producción	Analiza la importancia de las nuevas tecnologías y su impacto en el desarrollo de la postproducción audiovisual.	Valora el cambio permanente de las tecnologías su aporte en el desarrollo del trabajo de postproducción audiovisual.	PTT y material audiovisual trabajo de equipo y control de la labor expositiva, prácticas guiadas.	Fomenta una actitud de equipo y reconoce la responsabilidad de ello en una labor profesional en el desarrollo de contenido audiovisual.
14	La IA. Como herramienta en el proceso de la Postproducción audiovisual.	Analiza y produce estructuralmente el trabajo de la producción de un programa periodístico-magazín.	Evalúa la importancia de ser responsables en la realización profesional y de organización de un proyecto audiovisual.	Separata PPT Guía de ejercicios, análisis y trabajo de equipo.	Valora a la televisión y su contenido audiovisual como eje para un desarrollo de contenidos con proyección profesional.
15	La postproducción audiovisual en las redes sociales Presentación y sustento final de su Proyecto Audiovisual.	Analiza sobre el impacto de una nueva socialización de contenidos audiovisuales a través de las redes sociales.	Evalúa la importancia de la postproducción y su aplicación en las nuevas plataformas de distribución.	Desarrollo expositivo, autocrítico y de sinergia del equipo.	Crea conciencia y responsabilidad sobre la importancia de producir contenidos de nivel profesional reconociendo las nuevas tecnologías.
16	**EXAMEN FINAL**				

7.

EVALUACIÓN

7.1 Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:
EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1.- FÍSICAS

- Susana Espinosa y Eduardo Abbate (2005) La producción de video en el aula. Argentina. Ediciones Colihue SRL
- U.D.L.P. Montaje y edición, http://montaje08.blogspot.com/p/glosario.html. 2014
-
- Jordi Sánchez Navarro (2006) Narrativa Audiovisual. Madrid Editorial UOC
- Federico Fernández y José Martinez. (1999). Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Paidós.
- Carlos Solarino (2000) Cómo hacer televisión. Ediciones Cátedra España.
- W. Russell Neuman (2002) El Futuro de Audiencia Masiva. Ediciones efe.
- Herbert Zettl (1999) Manual de Producción de Televisión. Ediciones International Thomson Editores S.A.

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO: ELECTIVO III: PRODUCTOR CINEMATOGRÁFICO

Código: 21A324

3. INFORMACIÓN GENERAL

15.3.	Asignatura		: Electivo III: Productor Cinematográfico
15.4.	Requisito		: Electivo II.
15.5.	Ciclo Académico		: IX
15.6.	Período Académico		: 2025-1
15.7.	Horas Académicas Semanales		: 4
	Horas de Teoría:	: 2	
	Horas de Práctica:	: 2	
15.8.	Horas Lectivas Semestrales		: 64
	Horas de Teoría	: 32	
	Horas de Práctica	: 32	
15.9.	Créditos Académicos		: 3

16. SUMILLA

El curso "El Productor Cinematográfico" tiene como objetivo formar a los estudiantes en las habilidades necesarias para gestionar y liderar proyectos cinematográficos, desde la concepción de la idea hasta la distribución final. A lo largo del curso, los estudiantes aprenderán a planificar, organizar, financiar y supervisar la producción de cortometrajes, adquiriendo conocimientos teóricos y prácticos en áreas como la gestión de equipos, la financiación, la distribución y los aspectos legales de la producción cinematográfica.

17. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: **Panorama de la producción cinematográfica**.
- Unidad II: **Gestión de equipos de trabajo**
- Unidad III. **La distribución y marketing**.
- Unidad IV. **Aspectos legales y contractuales**.

18. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Los estudiantes serán capaces de planificar y gestionar proyectos cinematográficos, desde la preproducción hasta la postproducción

19. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Aprende a elaborar presupuestos y a buscar financiación para proyectos cinematográficos.
Desarrolla habilidades para liderar y gestionar equipos de trabajo en el ámbito cinematográfico.
Entiende los procesos de distribución y marketing de películas, con un enfoque especial en cortometrajes.
Conoce los aspectos legales y contractuales relacionados con la producción cinematográfica.

20. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: **PANORAMA DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA**	Aprende a elaborar presupuestos y a buscar financiación para proyectos cinematográficos.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	1	Introducción al rol del productor.	Análisis de casos de estudio	Muestra disposición para Interés por el rol del productor cinematográfico	Discusión en clase sobre el rol del productor	Disposición a despertar y ejercitar la imaginación.
	2	Desarrollo de la idea y guion	Ejercicios de escritura creativa	Comprende la importancia de desarrollar un concepto con Creatividad y originalidad	Creación de una sinopsis y story line	Desarrollar una idea cinematográfica
	3	Planificación de la producción	Elaboración de un plan de rodaje	Comprende la importancia de ejecutar un proyecto con Organización y planificación	Ejercicio práctico de desglose de guion	Planificar una producción cinematográfica
	4	v	Elaboración de un presupuesto	Comprende la Responsabilidad financiera en un proyecto cinematográfico	Ejercicio práctico de presupuesto	Crear un presupuesto realista

UNIDAD II: GESTIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO	Desarrolla habilidades para liderar y gestionar equipos de trabajo en el ámbito cinematográfico					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	5	Selección del equipo técnico y artístico	Simulación de entrevistas y contratación	Habilidades de comunicación	Ejercicio práctico de selección de equipo	Seleccionar un equipo adecuado
	6	Aspectos legales en la producción	Análisis de contratos y permisos	Conciencia legal	Ejercicio práctico de redacción de contratos	Entender los aspectos legales de la producción
	7	Gestión del rodaje	Simulación de un día de rodaje	Liderazgo y resolución de problemas	Ejercicio práctico de gestión de set	Entender y dar valor a la creación de personajes
	8	Puesta en marcha del rodaje	Anotación de fallas y huecos por cubrir de un día de rodaje	Liderazgo y resolución de problemas	Ejercicio práctico de gestión de set y fuera del mismo	Entender y dar valor a la creación de personajes

UNIDAD III: LA DISTRIBUCIÓN Y MARKETING	Entiende los procesos de distribución y marketing de películas, con un enfoque especial en cortometrajes.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	9	Postproducción: edición y sonido	Ejercicios de edición básica	Atención al detalle	Ejercicio práctico de edición	Supervisar la postproducción
	10	Estrategias de distribución	Análisis de casos de distribución exitosa	Creatividad en el marketing	Ejercicio práctico de plan de distribución	Crear un plan de distribución
	11	Festivales de cine y exhibición	Investigación de festivales	Motivación por la exhibición	Presentación de un festival de cine	Identificar oportunidades de exhibición
	12	Presentación de proyectos	Preparación de pitch y carpeta de producción	Habilidades de presentación	Presentación del proyecto final	Presentar un proyecto de manera efectiva

UNIDAD IV: ASPECTOS LEGALES Y CONTRACTUALES	Conoce los aspectos legales y contractuales relacionados con la producción cinematográfica.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	13	Revisión y feedback	Revisión de proyectos y feedback	Apertura a la crítica	Discusión en clase sobre los proyectos	Mejorar el proyecto basado en feedback
	14	Producción de cortometrajes	Rodaje de un cortometraje	Trabajo en equipo y creatividad	Ejercicio práctico de rodaje	Tener un panorama de cómo producir un cortometraje
	15	Postproducción final	Edición final del cortometraje	Atención al detalle	Ejercicio práctico de edición final	Entender cómo finalizar un cortometraje
	16	**EXAMEN FINAL**				

21. EVALUACIÓN

21.1. Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:
EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

22. BIBLIOGRAFÍA

22.1. Físicas

- Bestard Luciano, M. (2011). Realización audiovisual. Editorial UOC.
- Cardoso, L. (Comp.), Calvi, G. (Comp.) y Triguboff, M. (Comp.). (2019). Políticas y producción audiovisual en la era digital en América Latina. CLACSO.
- Carpio Valdez, S. (2015). Arte y gestión de la producción audiovisual. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Martínez Abadía, J. (2012). Manual del productor audiovisual. Editorial UOC.
- Mónaco, A. M. (2015). El ABC de la producción audiovisual: manual instructivo. Ediciones CICCUS.
- **Palacios, L. C. (2019). Administración de la producción. Ecoe Ediciones.**

22.2. Virtuales

22.2.1. Campbell, J. El héroe de las mil caras
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/25143_91318.pdf
22.2.2. El Proceso de creación de la mano del cineasta, Guillermo del Toro para UOC
https://www.youtube.com/watch?v=01IxQSshhuc&t=862s
22.2.3. CELTX https://www.celtx.com/index.html
22.2.4. Cubero, David Esteban. Guiones y guionistas.
https://open.spotify.com/show/1zVGuRGTBtfUP5ZVp8KSLr
22.2.5. Roberto Bolaño: la belleza de pensar https://www.youtube.com/watch?v=4opmK0SO-J8
22.2.6. Cinco podcasts interesantes para guionistas.
22.2.7. https://creamundi.es/cinco-podcasts-interesantes-para-guionistas/