

Convocatoria Talleres de Altos Estudios- EICTV MARKETING CINEMATOGRAFICO, MERCADOS Y VENTAS INTERNACIONALES

Las nuevas tecnologías, el auge de las plataformas online y el incremento de las ofertas de ocio han provocado un cambio en la forma de consumo audiovisual y el momento de toma de decisiones del espectador. La industria cinematográfica debe adaptarse a ese cambio y valorar el proyecto que tiene entre manos de una manera real y adecuada.

Los autores responsables de la obra cinematográfica (productor, director y guionista) deben conocer bien la película, no sólo en su forma artística, sino también en la económica e industrial. Dimensionar bien lo que tienen entre manos es la clave del éxito. Para ello, deben saber cuál es su público, su dimensión y cómo se comporta para actuar en consecuencia.

La intención de este taller es conocer el recorrido que pueden tener las películas y aprender a destacar y describir nuestros proyectos para hacerlos singulares. También se busca desarrollar técnicas de financiación y explotación por vías alternativas. Si queremos que nuestro proyecto sea visto, tenemos que llamar la atención.

Fecha: del 27 de septiembre al 8 de octubre de 2021

Duración: 2 semanas (60h)

Lugar: Escuela Internacional de Cine y Tv de San Antonio de los Baños

Costo: 1500.00 € **¡¡En promoción!!**

Cantidad de participantes: 20

Cantidad mínima obligatoria: 10

De no cubrirse la cantidad mínima obligatoria de plazas requeridas, la EICTV se reserva el derecho de suspender la realización del Taller hasta un mes antes de inicio del mismo. En tal caso, se realizarán los reembolsos correspondientes a las prematriculas abonadas previamente por los inscritos. La EICTV no se responsabiliza con los costes asociados al viaje (boleto aéreo, visa, etc). En caso de que el interesado decida no asistir al taller por cualquier motivo, el abono de la prematrícula no le será reembolsado.

Dirigido a:

- Productores, directores, guionistas, estudiantes de cine u otras personas interesadas en sacar un proyecto cinematográfico adelante.

Profesores:

- Gonzalo Gómez Lobato (Márketing y comunicación)
<http://www.gonzaloglobato.com>

Metodología:

- Las clases teóricas se impartirán con teoría de marketing cinematográfico, ejemplos de películas ya estrenadas y otras en proceso. En las clases prácticas, el alumno irá desarrollando el plan de venta, lanzamiento y marketing de su propio proyecto.

Teoría

Todo el contenido teórico irá acompañado de ejemplos con películas reales y de algunos ejercicios prácticos.

- **Presentaciones del alumnado y sus proyectos.** Presentación del temario.

- **El cine: un producto y un mercado.**

El cine además de un arte, siempre ha estado ligado a unas necesidades económicas y por lo tanto, al servicio de unos espectadores. A cambio del precio de una entrada, una película o un documental cubre unas demandas concretas. ¿Cuáles son? ¿Cómo entenderlas?.

- **La industria cultural ¿por qué el cine pertenece a la industria cultural?** Hablaremos de las industrias culturales y la importancia de tener presente este concepto en la creación de una película. También se explicará quiénes son los agentes que participan en esta industria, sus funciones y responsabilidades y del recorrido que tiene una película desde su gestión en el papel hasta su explotación comercial en cines, DVD, TV y plataformas digitales.

- **¿Qué es el marketing cinematográfico? Introducción al marketing.**

Marketing estratégico y operacional. Las 4(p) del marketing de cine. ¿Qué significa en realidad esta palabra anglosajona que a muchas personas echa para atrás? El marketing se encuentra en todas las decisiones que tomamos. Elegir a un actor/actriz o tratar un determinado tema son elecciones artísticas, pero también influye en la repercusión de la película y sus posibilidades. Veremos los conceptos básicos del marketing para que el alumno aprenda a enfrentarse a una industria competitiva y compleja.

- **El plan de marketing por partes.**

Aprenderemos a generar un plan de marketing completo basado en el análisis y el estudio de otras películas similares. Contrastaremos datos de BoxOffice y repercusión social, mediática y económica. Analizaremos una película desde un punto de vista distinto y veremos sus debilidades y fortalezas. Conoceremos a nuestro público potencial y marcaremos unos objetivos acordes a la realidad de nuestros proyectos.

- **Materiales de explotación y venta de una película.**

¿Qué materiales tenemos que generar para vender una película? ¿qué hay que tener en cuenta a la hora de generarlos? El póster y el trailer son dos elementos fundamentales de venta. Analizaremos distintos ejemplos para ver cómo transmitir el concepto de nuestra película en los distintos formatos y atendiendo al público potencial.

- **El plan de distribución**

Es necesario conocer la repercusión en copias de una película para saber su dimensión. También hay que pensar distinto si una película es para distribución en VoD, cines o para televisión. Aprenderemos a crear un plan de distribución conforme a las características de nuestra película.

- **La distribución alternativa**

Gracias a internet podemos ofrecer nuestra película en todo el mundo. ¿Qué posibilidades existen además de Netflix, HBO u otras plataformas internacionales?

- **Plan de acción**

Una vez que conocemos bien nuestra película y tenemos clara la estrategia, hay que pasar a la acción. Hablaremos de las distintas partes de un plan de acción, de los elementos más comunes para promocionar una película, pondremos ejemplos prácticos de campañas reales y analizaremos tanto el entorno online como offline.

- **El crowdfunding: financiación, análisis de mercado y creación de influencers**

El crowdfunding es una herramienta que podemos utilizar en el plan de lanzamiento de nuestra película. Además de la función más obvia (conseguir financiación que nos ayude a levantar parte del proyecto), el crowdfunding es una herramienta para generar público activo, comunidades online y análisis de mercado. Se contarán varios casos de éxito y fracaso en el crowdfunding cinematográfico.

- **Mercados de películas y festivales**

¿Qué es un mercado de cine? ¿qué importancia tienen para la creación y la internacionalización de las películas? ¿qué papel juegan los agentes de venta en la financiación y venta de las películas?.

Prácticas

Durante todo el curso se irán intercalando las clases teóricas con prácticas creadas para la mejor comprensión de los conceptos por parte del alumno.

Además, se desarrollarán tres prácticas generales en las que el alumno trabajará en el desarrollo de su proyecto:

1. Técnicas de speech

Para poder hablar de un proyecto, es necesario conocerlo bien. ¿qué nos hace diferentes? ¿cuáles son nuestras ambiciones?. El alumno aprenderá a seleccionar la información y adaptar su discurso para que la venta del proyecto sea lo más eficaz posible. También nombraremos y practicaremos una serie de técnicas para hablar en público y presentar adecuadamente nuestras ideas.

2. Análisis de un guión desde el punto de vista del marketing.

Por grupos, se analizarán varios guiones cinematográficos. Se tratará de proyectos reales en fase de preproducción. El objetivo del ejercicio es aplicar el análisis de marketing aprendido en la teoría, llevarlo a la práctica y afianzar todos los conceptos. El alumno tendrá que realizar un plan de marketing y distribución para el proyecto que le haya tocado. Los conceptos teóricos se volverán prácticos y con una utilidad real.

3. Creación de un plan de marketing para nuestro proyecto.

Con todo lo aprendido y practicado en las prácticas anteriores, iremos desarrollando el plan de marketing y venta de nuestra película o documental. El objetivo es que el alumno salga del curso con los conceptos claros y una idea de cómo acercarse a los distintos agentes comerciales de la industria y poder vender su proyecto y desarrollarlo.

Requisitos:

- Tener un proyecto de documental o ficción en fase de desarrollo o preproducción y enviar una síntesis argumental del mismo de no más de 5 páginas.

- Ser graduados de una escuela de cine, tener estudios universitarios o estar vinculado al medio cinematográfico.
- Enviar por email currículum vitae u hoja de vida con sus datos personales y profesionales.
- Enviar por email la plantilla de inscripción que puede bajar de nuestra página web
http://media.eictv.org/Ficha_Inscripcion_Estudios_Avanzados.doc

Los alumnos deberán traer su propio ordenador o laptop para trabajar durante el taller.

Informaciones generales:

El alojamiento y la alimentación están incluidos en el precio del taller. Es de obligatorio cumplimiento traer seguro médico reconocido en Cuba y cumplir con todos los controles sanitarios que establecen las autoridades.

El seguro médico cubrirá la atención hospitalaria y especializada en caso de necesitarla. Para mayor información visite la página www.asistur.cu La escuela cuenta con áreas deportivas y transporte a la ciudad los fines de semana. Existen los servicios de cafetería abierta las 24 horas, lavandería, telefonía internacional, email e internet. La escuela se otorga el derecho de seleccionar los candidatos a este taller de acuerdo a su documentación y de sustituir a un profesor en caso de presentarse algún inconveniente.

Los interesados en dicho curso deben presentar su solicitud a Orietta Roque, coordinadora de los Talleres de Altos Estudios leoylogan@cubarte.cult.cu y a altos.estudios@eictv.co.cu (los documentos deben estar en Word y no pesar más de 1 MB).

Síntesis curricular de los profesores

Gonzalo Gómez Lobato/ España

Marketing cinematográfico

Ficha IMDB: https://www.imdb.com/name/nm7400463/?ref_=nv_sr_srsq_0

Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid y Máster en Film Business por la ESCAC. Ha trabajado en empresas como FILMAX (departamento de distribución y desarrollo) para películas como REC4, Summer Camp y Amanece en Edimburgo entre otras. Posteriormente trabajó en la agencia especializada WAW, en películas como Loreak (representante de España en los Óscar), Anacleto Agente Secreto,

Handía y otras, además de los Premios Proyecta de marketing cinematográfico, un evento anual que pone en valor el trabajo de los profesionales del marketing y la comunicación cinematográfica.

En la productora y agencia de comunicación Compacto dirigió el equipo de comunicación encargado de distribuir y promocionar títulos adquiridos y propios.

También desarrolló campañas de comunicación de productos ecológicos, feministas, sociales y educativos. Colabora como profesor de marketing cultural en diversas universidades y asociaciones de productores como la Universidad Complutense de Madrid, ESCAC, IED, Pompeu Fabra de Barcelona o el Instituto del cine de Tenerife.

Sus último trabajos hasta la fecha han sido para las películas 7 Razones para Huir (Esteve Soler, Gerard Quinto, David Torras), Madre (Rodrigo Sorogoyen), La Mort de Guillem (Carlos Marques-Marcet), Ane (David Pérez Sañudo) y Mediterráneo (Marcel Barrena).