



**TALLERES EICTV DE ESTUDIOS ESPECIALIZADOS  
ESPECIALIDAD: TV Y NUEVOS MEDIOS  
MARKETING AUDIOVISUAL**

**Del 11 al 22 de mayo. 2020**

**Duración: 2 semanas**

**Matrícula: 1000 Euros**

**Cantidad de Participantes: 2**

**Dirigido a:** Estudiantes de audiovisuales, productores, realizadores, comunicadores sociales, publicistas, gestores de eventos y festivales, interesados en el marketing cinematográfico y televisivo.

**Título que se otorga:** Diploma de Asistencia al Taller y Certificado

**OBJETIVO:**

- Proveer a los estudiantes las herramientas propicias para concebir campañas de marketing audiovisual.

**CONTENIDOS:**

- El producto audiovisual: ¿qué es? ¿arte?, ¿cultura?, ¿ocio?, ¿el objeto de una industria?, ¿documento de nuestro tiempo? Funciones del productor: fuentes de financiación, contratación de personal técnico y artístico control del proceso de venta o comercialización control, presupuestario control creativo. Ser productor creativo. Marketing vs Producción. las 4 "p" del marketing: producto, precio, posicionamiento/placement, publicidad.
- La industria audiovisual: ¿Quiénes integran la industria? Relación autores – productor. El pitch. Modelos de financiación. Fases en del marketing. Mercados de cine y tv.
- El Lanzamiento. Relación comercial entre operador tv y productor audiovisual. Relación comercial entre productor y distribuidor. ¿qué es un distribuidor? Diferencias entre el distribuidor y el agente de ventas, distribuidor cinematográfico. Tipología de las distribuidoras. Las "p" del marketing distribuidas en empresas.
- Posicionamiento: Las herramientas de posicionamiento en el mercado. Target.
- Materiales creativos matrices. Logotipo y tipografía. Teaser campaign. Campaña audiovisual. Making of o featurette. Notas de producción - presbook. EPK (electronic press kit).
- Comunicación en medios: Medios pagados, Medios Propios, Medios ganados.
- La fase final: la destrucción de las ventanas de distribución, NETFLIX.

**METODOLOGÍA:** Taller de desarrollo teórico - práctico.

## TRABAJOS PRÁCTICOS:

- Ejercicio práctico 1. Idea tu producto de ficción y haz marketing.
- Ejercicio práctico 2. Prepara tu pitch y véndenos el proyecto.
- Ejercicio práctico 3. Prepara tu pitch y véndenos el proyecto (nuevas variables)
- 
- Ejercicio final 1. A partir de un largometraje crear la campaña completa.
- Ejercicio final 2. A partir de una serie crear la campaña completa.

**PROFESOR PRINCIPAL: Urko Errazquin (Español)** Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad De Navarra. Entre el **2001 y el 2009** es responsable de producto del departamento de marketing de **SOGECINE**. (Productora cinematográfica del GRUPO PRISA). Títulos destacados: **Los otros** (Alejandro Amenábar, 2001), **Intacto** (Juan Carlos Fresnadillo, 2001), **800 balas** (alex de la iglesia, 2002), **Mortadelo y Filemón** (Javier Fesser, 2003), **Mar adentro** (Alejandro Amenábar, 2004), **Crimen perfecto (Alex de la Iglesia, 2004)**, **Princesas** (Fernando León de Aranoa, 2005), **El camino de los ingleses (Antonio Banderas, 2006)**, **Los girasoles ciegos** (José Luis Cuerda, 2009). Como director de marketing entre el 2009 y el 2015: títulos destacados: **Spanish movie** (Javier Ruiz Caldera, 2009), **Ágora** (Alejandro Amenábar, 2009), **Primos** (Daniel Sánchez Arévalo, 2011), **Crematorio** - tv serie (Jorge Sánchez Cabezudo, 2011), **Zipi y Zape y el club de la canica** (Oskar Santos, 2013), **3 bodas de más** (Javier Ruiz Caldera, 2013), **Regresión** (Alejandro Amenábar, 2015). Productor ejecutivo en MOD PRODUCCIONES entre 2015 y 2016, título destacado: **Zipi y Zape y la isla del capitán** (Oskar Santos, 2016). **Premios:** Premio Feroz 2013 a la mejor campaña gráfica por “3 bodas de más”; Premio proyecta 2013 a la mejor campaña por “3 bodas de más”; Premio Paramount Channel 2015 al mejor trailer por “Regresión”.