



**TALLERES EICTV DE ESTUDIOS ESPECIALIZADOS
ESPECIALIDAD: TV Y NUEVOS MEDIOS
ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN PARA NUEVOS MEDIOS**

17 al 28 de febrero. 2020
Matrícula: 1000 Euros

Duración: 2 semanas
Cantidad de Participantes: 5

Dirigido a: Estudiantes de audiovisuales, productores, realizadores, comunicadores sociales, periodistas, publicistas.

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

OBJETIVOS:

1. Identificar las principales características que identifican a los medios de comunicación actuales.
2. Entender, analizar e incorporar estrategias de negocio en un nuevo entorno digital y cambiante.
3. Conocer al nuevo consumidor y los canales para dirigirse a él.
4. Generar proyectos basados en nuevos modelos de negocio desde una perspectiva de colaboración
5. Acercamiento a las herramientas de diseño e innovación en un entorno digital.

CONTENIDOS:

1. Entender el nuevo entorno digital: Del Pareto al Long Tail. Del mundo de los átomos al mundo digital. La aparición de los "Makers". Ley de Moore y el acercamiento al coste marginal cero.
2. Cómo es el nuevo consumidor: La generación C. El nuevo marketing: de las 4P's a las 4C's, Hábitos de consumo cultural. Principales indicadores de interacción con los nuevos medios.
3. Las redes sociales como medios de comunicación: Principales características de las redes sociales. Estrategias de medios sociales POEM.
4. Formas de gestión del trabajo en los nuevos entornos: La nueva empresa: arrogante, dinámica y participativa. El manifiesto Cluetrain. Crowdfunding. Crowdsourcing.
5. Generación y preparación de modelos negocios en los nuevos entornos mediáticos: el usuario es el centro: Diferentes metodologías y técnicas para generar ideas. Service Design Thinking. El modelo Canvas. El mapa de empatía. El viaje del usuario.
6. Transmedia: Definición. Cómo desarrollar un proyecto transmedia: la biblia.
7. La nueva TV y la Social TV y la segunda pantalla
8. Los podcast, la nueva radio
9. Marcas que sueñan: El branded content como necesidad de expresión de las marcas.
10. Inteligencia competitiva: Big Data y Business Intelligence.
11. Realidad virtual y Realidad Aumentada.
12. El cine en un nuevo entorno, los cambios en la distribución.
13. El documental se hace interactivo.

METODOLOGÍA: El temario del módulo se complementará con estudios de caso que los alumnos prepararán y serán debatidos en clase.

EJERCICIO PRÁCTICO: Cada alumno deberá desarrollar una propuesta de proyecto y se trabajará en forma de workshop durante las clases. Además del desarrollo del trabajo individual, todos los alumnos participarán en el desarrollo de proyecto de los compañeros, usando las metodologías explicadas en clase de trabajo colaborativo y diseño de innovación cultural.

PROFESOR PRINCIPAL: Rafael Linares (España) Doctor en Ciencias de la Información en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, centrado en el estudio del marketing cinematográfico. Ha realizado también un MBA, Master Ejecutivo en Gestión de Empresa de Comunicación MEGEC, en la Universidad de Navarra e IESE. En la actualidad es profesor de la Universidad Rey Juan Carlos y de la especialidad de TV y Nuevos Medios (EICTV). Es también socio fundador y productor de Creta Producciones S.L., productora centrada en documentales sociales y transmedia. Ha sido nominado a los premios Goyas en tres ocasiones por el documental *Harraga, Un cineasta en La Codorniz* y *Primavera Rosa en México*. Como autor destacan sus libros *La promoción cinematográfica. Estrategias de comunicación y distribución de películas* (Fragua, 2009), *¡Echa el anzuelo! Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia* (Editorial UOC, 2014) y *Marketing cinematográfico* (UOC, 2016), entre otras publicaciones.