

DIG-Methodik: Projektorganisation & Controlling

Wie stellt man das richtige Cast und Talent zusammen, ohne dabei die Vermarktung des Filmes aus den Augen zu verlieren? Wie positioniert man einen Film im Hinblick auf die richtige Zielgruppe?

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Film > Master Film > Praxisfeld: Creative Producing > 2. Semester > Pflicht
Bisheriges Studienmodell > Film > Master Film > Praxisfeld: Creative Producing > 4. Semester > Pflicht

Nummer und Typ	MFI-VCP4p.21F.001 / Moduldurchführung
Modul	1 ECTS, MM
Veranstalter	Departement Darstellende Künste und Film
Leitung	Karin Koch
Zeit	Di 20. April 2021 bis Do 22. April 2021 / 9:15 - 16:45 Uhr
ECTS	1 Credit
Voraussetzungen	Keine
Lehrform	Seminar
Zielgruppen	Master Film / Creative Producing 2.+4. Semester (Pflicht)
Lernziele / Kompetenzen	Kennenlernen von Strategien für Präsentation und Marketing, sowie der Zusammenstellung der künstlerischen Schlüsselfunktionen von Team und Besetzung im Hinblick auf die Auswertung des Filmes.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">- Strategien für die Zusammenstellung und Rekrutierung der Schlüsselfunktionen eines Spiel- oder Dokumentarfilmes- Besetzungsprozess in Wechselwirkung mit Marketings- und Promotionspotential sowie den dazugehörigen Massnahmen- Finanzierungsstrukturen- Koproduktionsstrukturen und internationale Produktions- und Auswertungsstrategien- Definition und Erreichbarkeit des Zielpublikums- Entwicklung der richtigen Marketingstrategie im Hinblick auf die gewählten Auswertungsformen und Kanäle
Leistungsnachweis / Testatanforderung	Präsenz, aktive Teilnahme
Termine	20.04. - 22.04.2021
Dauer	3 Tage
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden