



CONFERENCIA DE MARKETING DE LAS ARTES 2012

La CONFERENCIA ANUAL DE MARKETING DE LAS ARTES 2012, convertirá Madrid en octubre en un foro internacional del Marketing, la Gestión Cultural y el Desarrollo de Audiencias

Si eres gestor cultural y resides fuera de España, aprovecha la oportunidad y solicita tu beca internacional Asimétrica

- Reconocidos **expertos internacionales** del MoMA PS1, National Theatre Scotland, Sadler's Wells, The Space, Purple Seven, Meaning Matters, Museums Scotland, ambiTION for the arts, McCann Worldgroup y Craft Scotland, entre otros, desembarcarán en Madrid el 15 y 16 de octubre para compartir sus prácticas y experiencias de éxito.
- Entre ellos, Kingsley Jayasekera, el director de comunicación y marketing de The Space, la **innovadora plataforma de acceso a contenidos culturales creada para las Olimpiadas Culturales de Londres 2012** por la BBC y el Arts Council England, estará en octubre en la Conferencia Anual de Marketing de las Artes.
- **2 días de conferencias, 10 ponencias internacionales de primer nivel, 3 experiencias destacadas y 1 panel de debate: "El marketing de las artes desde otros marketing"**, acciones de networking, encuentros inéditos entre expertos internacionales y un programa de visitas guiadas y actividades exclusivas completarán la oferta de este año.
- **Cerca de 200 participantes de toda España y Latinoamérica** se prevé asistan al encuentro que, por segundo año, tendrá lugar en la Fundación Lázaro Galdiano. Los asistentes podrán solicitar las becas que ofrecen distintas entidades colaboradoras.
- En una situación en la que la financiación pública de las organizaciones culturales se encuentra en claro retroceso, la Conferencia Anual de Marketing de las Artes 2012 ofrecerá **alternativas y aportará experiencias innovadoras de instituciones culturales de EE.UU, Reino Unido y España.**

Madrid, 18 de julio 2012.- Los próximos **15 y 16 de octubre** la **Fundación Lázaro Galdiano** de Madrid volverá a ser un punto de encuentro ineludible para debatir, y conocer de la mano de grandes figuras, las **mejores prácticas internacionales y experiencias más innovadoras del sector sobre marketing cultural y desarrollo de públicos.**

Algunos de los objetivos que la Conferencia persigue son ayudar en un momento crítico, como en el que se encuentran los profesionales y organizaciones culturales españolas a **maximizar la efectividad del conocimiento de sus públicos**, a poner en práctica **acciones que generen una mayor lealtad e implicación** de su target y a **dotarse de avanzadas herramientas específicas para el sector con las que poder rentabilizar su trabajo**, y ya ampliamente usadas desde hace años en otros países.

La Conferencia se dirige no sólo a **profesionales del marketing y la comunicación**, sino también a directores ejecutivos, **gerentes y programadores**, expertos en estrategias digitales, en gestión de relaciones con los usuarios, responsables de la **captación de patrocinios** y de la elaboración de **políticas culturales**, entre otros, además de investigadores, representantes institucionales, docentes, consultores y profesionales independientes que trabajen en los campos mencionados.

En el programa de este año destaca la participación de grandes expertos como: **Jerry Yoshitomi de Meaning Matters, Kingsley Jayasekera de Sadler's Wells y The Space, Rebeca Taylor de MoMA PS1, Enrique Varela del Laboratorio Permanente de Público de Museos, Rubén Gutiérrez de Fundación Autor, Jaume Antich de Atrium, Stuart Nicolle de Puple Seven, Hannah Rudman de Rudman Consulting, Hugh Wallace de National Museums Scotland, Emma Walker de Craft Scotland, Marianne Maxwell del National Theatre of Scotland, Mónica Deza de McCann Worldgroup o Nuria Vilanova de Inforpress**, a los que se irán sumando en las próximas semanas más confirmaciones.



CONFERENCIA DE MARKETING DE LAS ARTES 2012

El pasado año la Conferencia contó con ponentes de la talla del que fue director del Festival de Teatro de Edimburgo, Sir Brian McMaster, Sarah Briggs, Directora de Marketing de TATE Gallery, David Brownlee, de Audiencias UK, Chris Denton, ex Director de Marketing del Barbican Centre, o Pepe Zapata, responsable de Marketing de El Mercat de las Flors, entre otros.

La Conferencia, **organizada por la consultora de marketing cultural ASIMÉTRICA** dirigida por Robert Muro y Raúl Ramos, cuenta con el apoyo de sponsors como Spektrix y de colaboradores como la Fundación Lázaro Galdiano, en cuya sede de la calle Serrano 122 de Madrid tendrá lugar la Conferencia.

Según Robert Muro **“probablemente hoy día el reto más relevante que tienen las organizaciones culturales es el de conocer a sus públicos y establecer con ellos la más adecuada y satisfactoria relación para ambas partes”**. A lo que Raúl Ramos añade que **“cada organización debe definir cuál es su rasgo estratégico diferencial, ese valor añadido que aporta a la sociedad con la que quiere interactuar, a la que se dirige y a la que escucha atentamente”**.

Los más de **150 participantes del pasado año, provenientes de toda España y también de Argentina, México, Chile, Colombia y Brasil**, valoraron muy positivamente la pasada edición como **“un magnífico foro de profesionales en donde aprender nuevas técnicas de marketing cultural y compartir inquietudes, retos y experiencias prácticas”** o como **“un lugar de encuentro con el futuro de tu organización”**.

BECAS, DESCUENTOS Y FACILIDADES PARA ASISTIR:

Debido al éxito obtenido en 2011 con los gestores internacionales y a la asistencia de numerosos profesionales de Chile, Argentina, Colombia, México, Ecuador, Alemania, Estados Unidos ... este año ASIMÉTRICA ofrecerá **10 BECAS INTERNACIONALES por el 50% de la matrícula**: <http://marketingdelasartes.com/becas-conferencia/>

Además, este año puedes beneficiarte de un **15% de descuento en tu viaje** a la conferencia (aplicable a trayectos de ida y de ida y vuelta) gracias al acuerdo de colaboración que ASIMÉTRICA suscribe con **IBERIA** como medio de transporte aéreo preferente de la Conferencia. Para obtenerlo puedes contactar con la Oficina Técnica de la Conferencia en info@marketingdelasartes.com y te indicaremos los pasos a seguir para hacer la reserva con descuento en tu viaje.

Tarifa individual anticipada: 320€ (antes del 1 de octubre)

Tarifa por 3 entradas: 260€ por cada entrada (hasta agotar localidades)

Se ha puesto en marcha una **bolsa de “compañeros de viaje”** para poner en contacto a personas que no se conozcan entre sí pero que quieran formar un grupo para beneficiarse de los descuentos: <http://marketingdelasartes.com/companeros-de-viaje/>

ASIMÉTRICA

ASIMÉTRICA se encuentra compuesta por una red de profesionales con vocación de aportar conocimiento y experiencia a la relación entre la cultura y el mercado a través de sus servicios de consultoría, asesoría y formación en **gestión cultural, marketing y desarrollo de audiencias**, proporcionando sus servicios a instituciones y organizaciones culturales que persiguen mejorar sus conocimientos, estrategias y procesos en su relación con el entorno.

CONTACTO:

Prensa: Lucía Roldán
prensa@elmuro.com
+34 658 60 90 39

MÁS INFORMACIÓN:

<http://marketingdelasartes.com>
<http://vimeo.com/37720909>



CONFERENCIA DE MARKETING DE LAS ARTES 2012

AGENDA CONFERENCIA ANUAL MARKETING DE LAS ARTES 2012

Bienvenidos a la Conferencia de Marketing de las Artes 2012. Por segundo año consecutivo presentamos un excelente programa de ponentes nacionales e internacionales que abordarán desde su perspectiva la relación entre las organizaciones artísticas y el público.

Enriquecemos las ponencias con **“Experiencias Destacadas”**, presentadas por gestores españoles que nos contarán los retos de sus organizaciones en la relación con sus públicos. Finalmente, introducimos una sección este año invitando a **expertos en marketing y liderazgo de otros sectores para que nos cuenten sus experiencias en un panel de discusión titulado: marketing de las artes desde otros marketing.**

La mañana del lunes comienza con tres platos fuertes: **Jerry Yoshitomi con Meaning Matters, Kingsley Jayasekera, de Sadler’s Wells y Rebecca Taylor, de MOMA PS1.** Tres Conferencias que os adelantamos que serán de extraordinario interés y cubrirán preguntas estratégicas e iniciativas prácticas en tres organizaciones de referencia, Será algo inédito asistir al turno de preguntas y respuestas de la sesión de mañana con Jerry Yoshitomi, Kingsley Jayasekera y Rebecca Taylor sentados juntos por primera vez reflexionando con los gestores españoles y latinoamericanos sobre temas clave sobre las artes y el público hoy en día.

Por la tarde, se abrirá paso la sección Experiencias Destacadas con tres interesantes casos de buenas prácticas: El **Laboratorio de Público de Museos del MECD**, los estudios y proyectos de la **Fundación Autor** sobre públicos de las artes y el interesante caso del **Atrium Viladecans**. Tres buenos ejemplos de rigor por obtener una imagen clara de cómo está el sector hoy en día para construir mejores experiencias artísticas y públicos más amplios y satisfechos.

Y terminamos la primera jornada con Stuart Nicolle, que desde su empresa de software **Purple Seven** trabaja con más de 650 organizaciones artísticas en el mundo y cuyos artículos en la revista Conectando Audiencias sobre segmentación de públicos y de las comunicaciones, han suscitado un altísimo interés entre los gestores españoles y latinoamericanos.

Ya el martes la conferencia abre por la mañana con un proyecto puesto en marcha en Escocia para ayudar a las organizaciones artísticas a utilizar los medios digitales en beneficio de sus públicos. Hannah Rudman repite del año pasado como líder del **proyecto “ambITion Scotland”** y nos presenta cómo el teatro, las artes visuales y artesanales han encontrado nuevas formas de llegar a nuevas audiencias gracias a las tecnologías digitales.

De particular interés resulta el proyecto **“5 minutes theatre”** presentado por Marianne Maxwell, del **National Theatre of Scotland**, donde durante 24 horas se presentaban piezas de teatro de 5 minutos lanzadas en **“streaming”** desde varios puntos de Escocia en tiempo real. Destacable también es el proyecto **The C Word**, presentado por Emma Walker, directora de **Craft Scotland**, la única agencia de desarrollo de audiencias centrada exclusivamente en las artes artesanales contemporáneas.

Por la tarde, cerramos la Conferencia con **un panel de debate de profesionales y expertos de marketing** de otros sectores distintos al artístico y una ponencia de Mónica Deza, Directora de Innovación de **McCann Worldgroup**, experta en neuromarketing y autora de varios libros de referencia en la materia.

Nos interesa su punto de vista y nos explicarán sus experiencias y lo que han aprendido en sus propios sectores y pueda ser aplicado al marketing de las artes. **Una mirada al marketing de las artes desde otros marketing.**

**Jerry Yoshitomi // Kingsley Jayasekera // Rebecca Taylor //
Stuart Nicolle // Hannah Rudman // Hugh Wallace //
Marianne Maxwell // Emma Walker // Mónica Deza //
Jaume Antich // Rubén Gutiérrez**

**JERRY YOSHITOMI // Director Gestión del Conocimiento //
Meaning Matters**



Gerald D. (Jerry) Yoshitomi es el **Director de Gestión del Conocimiento** (Chief knowledge Officer) en Meaning Matters, LLC, una organización que **ayuda a las fundaciones y organizaciones culturales, agencias artísticas y artistas a gestionar el cambio con los últimos conocimientos disponibles y prácticas innovadoras.**

Los proyectos de Yoshitomi para estas organizaciones buscan aumentar la participación en las artes, poner en valor los beneficios personales y públicos de la cultura y asesorar sobre adaptabilidad, creatividad y liderazgo en entornos cambiantes para artistas y organizaciones del sector. Desde administraciones públicas a nivel nacional en EEUU e internacionalmente para asesorarles sobre sus políticas culturales hasta pequeños grupos de artistas que necesitan hacer frente o provocar un cambio en la relación con el entorno, hacen uso de los métodos de trabajo de Jerry.

Sus talleres o publicaciones han sido implementados de forma exitosa por miles de trabajadores y organizaciones del sector cultural en los EEUU, Canadá, Australia, Nueva Zelanda y Reino Unido, con numerosos fines: **obtener financiación para las artes, mejorar el estatus y condiciones de vida de los artistas, aumentar las cifras de asistencia y participación en las actividades de los centros culturales, etc.**

Anteriormente a dirigir Meaning Matters, Jerry fue director del Centro Cultural de Japón en América, un centro de referencia donde las artes, la cultura y la comunidad japonesa en América presentan sus propuestas en vivo.

Kingsley Jayasekera // Director de Marketing y Comunicación de Sadler's Wells y The Space



Kingsley Jayasekera lleva más de ocho años trabajando en el centro londinense de danza Sadler's Wells, en donde **dirige la comunicación y la estrategia de marca del prestigioso teatro**. Es responsable de los departamentos de marketing, prensa, taquillas, publicaciones y multimedia, y dirige a un equipo de 40 personas. Su trabajo en el **Sadler's Wells, teatro de danza líder a nivel mundial**, con una audiencia anual de 600.000 asistentes y que genera el 70% de sus ingresos, conlleva el diseño y gestión de campañas de éxito para compañías de danza nacionales e internacionales de toda clase (contemporánea, ballet, tap, tango, flamenco, hip-hop, streetdance), así como de eventos operísticos, de ópera china, circenses, musicales, teatro para niños, etc.

Su cargo también le lleva a decidir sobre precios y programación y a preocuparse especialmente por la estrategia digital del teatro.

Es miembro del Patronato de Audiencias London y también **director de comunicación y marketing en The Space, una innovadora iniciativa que facilita al público el acceso a contenido artístico de calidad a través de una plataforma digital conjunta de la BBC y el Arts Council** que está siendo presentada con motivo de las Olimpiadas Culturales de Londres 2012.

REBECCA TAYLOR // Directora de Comunicación // MoMA PS1



Rebecca Taylor es **Directora de Comunicación del MoMA PS1** desde abril de 2011. Desde su posición, obtiene una visión de 360 grados de la organización, pues es responsable de planificar y gestionar toda la comunicación del MoMA PS1 trabajando en colaboración estrecha con el Director General de la institución, Klaus Biesenbach. Sus tareas en el MoMA incluyen la **planificación el desarrollo y la implementación de las estrategias de marketing, prensa, medios, eventos, publicidad, website y redes sociales**, incluyendo facebook, twitter y flickr.

Con la experiencia que da haber trabajado en todas las áreas del marketing y la comunicación, anteriormente a su puesto en el MoMA PS1, Rebeca fue especialista senior en comunicación en el **J. Paul Getty Trust de Los Ángeles**, asumiendo la estrategia y el desarrollo de comunicación para las exposiciones, programas, adquisiciones y el resto de noticias de la organización. También fue responsable de relaciones públicas para el **Museo de Arte Contemporáneo de Los Ángeles (MOCA)** en 2006-2007 llevando toda la relación y gestión de prensa y medios de comunicación.

Stuart Nicolle // Director // Purple Seven



Stuart es el **fundador y Director Ejecutivo de Purple Seven, una compañía de software de análisis de datos del ticketing que provee de herramientas de marketing a organizaciones culturales**, que ofrece el sistema de análisis de marketing y comunicación Vital Statistics, ganador de numerosos premios y que se encuentra implementado en más de 600 organizaciones de Reino Unido, Escandinavia, Australia y Nueva Zelanda.

Graduado con mención honorífica por la Universidad de Huddersfield en la carrera de Música (contrabajo), Stuart decide perfeccionar su formación en la Politécnica de Anglia, obteniendo un Master en Gestión Cultural. Desde entonces, **lleva más de 15 años trabajando ayudando a las organizaciones artísticas a maximizar la efectividad de los datos de sus usuarios.**

Investigador experimentado y **líder en análisis de datos en el Reino Unido**, Stuart da conferencias y clases magistrales en conferencias y convenciones por todo el mundo.

Hannah Rudman // Líder de proyecto // ambITion Scotland



Hannah Rudman es la **fundadora de Rudman Consulting Ltd.**, una consultora que **ayuda a las organizaciones a planificar y gestionar el cambio mediante la implementación de las tecnologías digitales, e-business, y desarrollo digital.** Hannah ha trabajado como consultora independiente en Reino Unido en los sectores de cultura, beneficencia y educación desde 2001. Tiene diez años de experiencia trabajando en las artes y la cultura, tratando de incrementar las capacidades en e-business, IT, creación de contenido digital y archivos digitales del sector. Durante este tiempo ha trabajado con organizaciones de diferentes tamaños a lo largo de Reino Unido, incluyendo grandes organizaciones culturales como la Royal Shakespeare Company y la Scotland's National Performing Arts Companies.

Actualmente es **asesora especialista para el Scottish Arts Council, para quien redactó "Getting Digital"**; también es asociada digital y de medioambiente en Mission Models Money; asesora especialista en IC: Innovative Craft; y asesora especialista para el Cultural Enterprise Office. Es **responsable de proyectos del Arts Council of England** y Scottish Arts Council's Ambition, y es la autora de varias publicaciones de entre las que destacan el Ambition Toolkit, del que es co-escritora y sus artículos en el Arts Professional Journal.

Imparte clase en la Edinburgh Napier's School of Computing y es parte del consejo directivo de New Media Scotland. Además forma parte de la Royal Society of Arts. Recientemente **funda Envirodigital una marca de referencia que guía a las industrias creativas en una dirección sostenible con el medio ambiente.** Hannah tiene un BA (Hons) en Drama; un MRes en Drama y IT; y un Diploma en Computer Science por la Royal Holloway University of London.

Hugh Wallace // Responsable de medios digitales // National Museums Scotland



Hugh Wallace **dirige el departamento de medios digitales de National Museums Scotland**, y es **responsable de la estrategia digital y de la presencia online** de esta organización que engloba 6 museos y cientos de actividades cada año en Escocia. Su trabajo en National Museums Scotland engloba todo lo relacionado con la página web de la organización, planificación integrada de medios sociales y una serie de iniciativas para móvil.

Antes de incorporarse al sector museístico fue responsable de medios interactivos para Oxfam GB, la mayor empresa de beneficencia en Reino Unido, en donde lideró el **desarrollo online para la captación de fondos**, las campañas de publicidad y las de *concienciación*.

Marianne Maxwell // Directora de Desarrollo de Audiencias // National Theatre of Scotland



Marianne Maxwell se unió al **National Theatre of Scotland** en enero de 2006 como **responsable de Marketing**, pasando a convertirse en 2009 en la **Responsable de Desarrollo de Audiencias de la organización**. Tiene experiencia en circuitos teatrales y su papel consiste en **crear relaciones con el actual público de la compañía y ayudar a mejorar la accesibilidad del National Theatre of Scotland para poder generar nuevas audiencias para el teatro en vivo**.

Marianne fue la **coordinadora del proyecto www.fiveminutetheatre.com**, que nos presentará en una interesante ponencia, en donde lideró un equipo interdisciplinar que llevó a cabo este evento de 24h de duración, en junio de 2011, con **más de 200 producciones independientes presentadas en streaming desde todas las partes del mundo**. Actualmente produce de forma regular eventos "Five Minute Theatre" para la Compañía.

Emma Walker // Directora Ejecutiva // Craft Scotland



Emma Walker es miembro del **Patronato de la Arts Marketing Association** desde 2010 y **Directora Ejecutiva de Craft Scotland** desde 2008. Como directora de Craft Scotland ha sido la responsable de transformar este proyecto del Arts Council Scotland en una organización independiente.

En los últimos tiempos, Craft Scotland se ha reestructurado en una **agencia de desarrollo de audiencias especializada en artesanía contemporánea**, que funciona a pleno rendimiento. Sus prioridades están en apoyar y ayudar el sector (donde actualmente representan a 1.500 empresas relacionadas con la artesanía, incluyendo creadores, galerías y gremios) a comunicarse con audiencias nuevas y existentes.

En los primeros diez meses **planificó dos grandes campañas de desarrollo de audiencias**: la **“C Word”**, cuyo punto de partida era septiembre/octubre de 2009 y **“Conoce a tu creador” (Meet Your Maker)**, que empezó en National Museums Scotland en enero de 2010.

Actualmente trabaja en la estrategia internacional de Craft Scotland que se centra en crear puntos de venta nuevos y creativos en mercados internacionales.

MÓNICA DEZA // Vicepresidente de Innovación // McCann Worldgroup



Vicepresidente de Innovación de McCann Worldgroup y es autora de **“Consumidores Nómadas”**, primer libro que incorporó códigos bidi en España, así como coautora de otros dos títulos: **“Personal Branding”** y **“Tu cerebro lo es todo”**.

Dirige asimismo el **McCann Innovation Center**, y ha sido nombrada **una de las 100 mujeres más influyentes de España en 2011 en la categoría Directivas**, además de haber recibido en 2008 el premio **Directivo Plus 2008** en la categoría **Gran Empresa**.

Presidente de **AINACE** (Asociación Iberoamericana de Neurociencia Aplicada a la Comunicación y la Economía) y recientemente elegida **Presidenta del Patronato para España de la Neuromarketing Science and Business Association (NMSBA)**, tiene un Máster en Dirección General por el IESE y previamente ocupó el cargo de **CEO de Mediabrands** en España, además de la vicepresidencia de la **Mobile Marketing Association**.

Jaume Antich // Director // Atrium Viladecans



Licenciado en Bellas Artes (UB-1993), diplomado en Restauración (ESCRBCC-1996), postgrado en Gestión Cultural (UB-1998).

Trabajó en la **Oficina de Difusió Artística de la Àrea de Cultura de la Diputació de Barcelona**, gestionando, entre otros, el apoyo a las programaciones municipales musicales y escénicas a través del programa **Circuit d'espais escènics municipals**. Nombrado Director de la Sección Tècnica al 2005 y Director de la Oficina de Difusió Artística el 2007.

En septiembre de 2008 se incorpora al proyecto de Viladecans Qualitat, SL, empresa municipal del Ayuntamiento de Viladecans, donde se encarga de la puesta en marcha del **programa Ateneu de les Arts, espacio de sensibilización artística**; también de la gestión del Festival de teatro ALCARRER y de la **dirección del equipamiento escénico Atrium Viladecans**. Desde 2010 asume la responsabilidad de la dirección de la empresa.

Ha formado parte de la Taula Tècnica del Sistema Públic d'Equipaments Escènics de Catalunya, ha colaborado con diversos estudios de gestión cultural, así como con la **Red Española de Teatros** en diversos proyectos. Ha participado en diversas jornadas, encuentros, seminarios y otros, dedicados básicamente a la gestión de recintos escénicos.

Rubén Gutiérrez // Coordinador Área de Estudios // Fundación Autor



Rubén Gutiérrez del Castillo (Madrid, 1972). Licenciado en CC. Económicas (UAM), Master en Gestión Cultural (ICCMU/UCM) y Experto Universitario en Investigación de Mercados (UCM).

Coordina el Área de Estudios de la Fundación Autor y, desde tal puesto, **ha dirigido investigaciones como el Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales o la Encuesta sobre los hábitos prácticos del consumo cultural en España**.

Dirige la Colección Datautor y la Colección Nuevos Públicos, destinada al desarrollo de audiencias. Ha dirigido numerosos cursos y seminario sobre participación y desarrollo de audiencias y participa como ponente en numerosos foros profesionales e iniciativas formativas.

También ha participado en investigaciones en colaboración con instituciones como el Ministerio de Cultura, el Instituto Cervantes, el Real Instituto Elcano o el Consejo Económico y Social de Aragón, entre muchas otras.

PROGRAMA CONFERENCIA ANUAL MARKETING DE LAS ARTES 2012

LUNES 15 DE OCTUBRE DE 2012

09.00–10.00: Registro y recogida del pack de bienvenida
10.00-10.30: Bienvenida e introducción: Raúl Ramos y Robert Muro
10.30-11.20: Conferencia 1 **Jerry Yoshitomi, Meaning Matters**
11.20-11.35: Pausa Café
11.35-12.30: Conferencia 2 **Kingsley Jayasekera, Sadler's Wells y The Space**
12.30-13.20: Conferencia 3 **Rebecca Taylor, MoMA PS1**
13.20- 14.00: Preguntas y respuestas
14.00-16.00: Comida

16.00-16.30: Experiencia Destacada 1, **Enrique Varela, Laboratorio Permanente de Público de Museos, Ministerio de Educación Cultura y Deporte**
16.30-17.00: Experiencia Destacada 2, **Rubén Gutiérrez, Fundación Autor**
17.00-17.30: Experiencia Destacada 3, **Jaume Antich, Atrium Viladecans**
17.30-17.45: Pausa Café
17.45-18.35: Conferencia 4 **Stuart Nicolle, Purple Seven**
18.35-19.15: Preguntas y respuestas
19.15-19.25: Clausura del primer día de Conferencia

MARTES 16 DE OCTUBRE DE 2012

Proyecto invitado: “La experiencia de ambITion Scotland hacia la digitalización de museos, teatros y otras organizaciones artísticas en Escocia”

10.00-10.25: Conferencia 5 **Hannah Rudman, Líder ambITion Scotland**
10.25-11.00: Conferencia 6 **Hugh Wallace, National Museums Scotland**
11.35-11.50: Pausa Café
11.50-12.25: Conferencia 7 **Emma Walker, Craft Scotland**
12.25-13.00: Conferencia 8 **Marianne Maxwell, National Theatre Scotland**
13.30-13.45: Preguntas y respuestas
13.45- 15.30: Comida

“El marketing de las artes desde otros marketing”

15.30-16.30: Panel de debate: el marketing de las artes desde otros marketing.
Nuria Vilanova, Inforpress y otros ponentes pendientes por confirmar
16.30-17.30: Conferencia 9 **Mónica Deza, McCann Worldgroup**
17.30-18.00: Preguntas y respuestas
18.00-18.45: Clausura de la Conferencia Anual de Marketing de las Artes 2012

CONTACTO:

Prensa: Lucía Roldán
prensa@elmuro.com
+34 658 60 90 39

MÁS INFORMACIÓN:

Oficina Técnica Conferencia
Ivonne Varas +34 91 361 27 52
info@marketingdelasartes.com
<http://marketingdelasartes.com>
www.asimetrica.org

