

Attraverso case studies reali, si ripercorrono i processi, le figure aziendali e le principali attività di una delle fasi più complesse del marketing and sales delle produzioni televisive. Dal processo di acquisizione del cliente, al set, dalla pre alla post produzione, si analizzano possibili problematiche e soluzioni. Un focus è dedicato al rapporto con le holding estere e i brand globali.