



Oltre lo spot pubblicitario I messaggi in un programma

Luca Zorloni
MILANO

UN'OPPORTUNITÀ di formazione per chi vuole crescere nel segmento del branded entertainment. Ossia l'intrattenimento sponsorizzato da un'azienda, che invece di limitarsi a mandare in onda uno spot, che potrebbe rimanere confuso nella tempesta di messaggi pubblicitari da cui è investito spettatore, promuove un contenuto più originale e coinvolgente. È una delle strade della comunicazione del futuro.

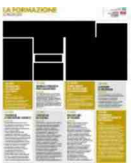
AL BRANDED ENTERTAINMENT Qvc, uno dei canali più seguiti di televendite e piattaforma di shopping multicanale, associato da tempo proprio all'Osservatorio Branded Entertainment (Obe), offre due borse di studio per coprire a metà le spese per iscriversi al Corso di formazione avanzata in Branded entertainment di Ied Milano. Le lezioni di questo corso si svolgono il venerdì e il sabato per consentire anche a chi lavora di arricchire di allargare il proprio raggio di competenze e mirano a offrire, come si legge in una nota congiunta, «gli strumenti strategici e le capacità pratiche per definire, progettare e pianificare una corretta strategia per la marca e per coordinare efficacemente le sue declinazioni attraverso i diversi canali, mantenendo coerenza e consistenza, ma soprattutto raggiungendo gli obiettivi di business». «È da alcuni anni che lavoriamo su queste temati-

che, che riteniamo centrali nella comunicazione - commenta Elena Sacco, direttore della Scuola di comunicazione e management Ied Milano -. Con 15 edizioni di master in Branding alle spalle, la presenza di una delle maggiori esperte di branded entertainment, sia nel nostro sia come docente, e la seconda edizione del Corso di Branded Entertainment che si arricchisce della partnership con Obe, il nostro inte-

resse per il BE emerge chiaramente». Obe è l'associazione che studia e promuove la diffusione sul mercato italiano del branded entertainment come leva strategica per la comunicazione integrata di marca. Curerà la direzione del corso e sarà anche parte attiva in aula introducendo best practice e condividendo il proprio sapere.

LE BORSE di studio saranno assegnate tra dicembre e gennaio. Anche Qvc parteciperà alle lezioni nel **quadrimestre** febbraio/giugno 2018 per coinvolgere i partecipanti in un progetto di ricerca che consentirà agli alunni di mettere immediatamente in pratica gli strumenti acquisiti durante le lezioni. Gli studenti lavoreranno sotto la supervisione di un gruppo di professionisti Qvc che condividerà le conoscenze maturate nell'ecosistema della comunicazione dei brand e l'esperienza nell'evoluzione della relazione fra marchio e consumatori. Al termine dei corsi, inoltre, gli studenti affronteranno una sessione di laboratorio e un programma di affiancamento negli uffici e negli studi televisivi di Qvc a Brugherio, in provincia di **Monza**.

**LO IED PREPARA I PROFESSIONISTI
DELL'INTRATTENIMENTO
SPONSORIZZATO. LA TV QVC
OFFRE DUE BORSE DI STUDIO**



IMPEGNO Qvc offre due borse di studio per Branded entertainment di led Milano