



06 giugno 2018

***IULM e OBE insieme "costruiscono" esperti di Branded Entertainment***

Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi, Sponsorship, partnership, eventi e award



**OBE - Osservatorio Branded Entertainment**, associazione che studia e promuove la diffusione sul mercato italiano del branded entertainment come leva strategica per la comunicazione integrata di marca, e l'Università IULM, polo di eccellenza italiano per la formazione nei settori della comunicazione, delle lingue straniere, del turismo e della valorizzazione dei beni culturali, presentano un ciclo di quattro workshop, tutti dedicati ad approfondire le tecniche più avanzate di marketing e branded entertainment.

Il branded entertainment si sta affermando progressivamente come nuova leva di comunicazione e marketing che permette alle aziende di superare alcune criticità dello scenario media attuale e comunicare con il proprio target in una modalità più diretta e coinvolgente. I professionisti e le competenze interessate dai progetti di BE

coinvolgono l'intera filiera produttiva del branded entertainment, dalle aziende pubbliche e private, ai centri media, alle concessionarie, le agenzie e le case di produzione, tutti interessati a conoscere e sviluppare le proprie competenze in materia di BE.

Differenti tra loro per contenuti e livelli di competenza, i quattro seminari, in partenza dal prossimo mese di luglio presso la sede dell'Università IULM di Milano, rappresentano un'occasione unica per analizzare quali sono gli strumenti teorici e pratici a disposizione di neolaureati e futuri professionisti della filiera del BE, ma anche di manager e professionisti del settore marketing e comunicazione interessati a conoscere e sviluppare le proprie competenze in questa nuova leva di marketing e comunicazione.

A condurre e coordinare i lavori, due tra le istituzioni più accreditate nel mondo accademico e nella ricerca di settore in Italia: La Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM e Osservatorio Branded Entertainment.

A capo della direzione didattica dei quattro appuntamenti, Anna Gavazzi, Direttore Generale OBE, un solida esperienza del settore e di tutta la filiera del BE, dalla definizione di strategie di content marketing all'ideazione di progetti di branded content & entertainment per diversi canali, operando all'interno di grandi gruppi come Sky e Telecom Italia.

La direzione scientifica dell'evento è invece affidata al dott. Luciano Massa, docente di Branded Entertainment all'interno del Dipartimento di Comunicazione, arti e media "Giampaolo Fabris" di IULM.

Gli obiettivi e le finalità dei workshop si differenziano per livello di approfondimento e conoscenze preliminari dei partecipanti: il primo, **Fondamenti di Branded Entertainment: scenario, definizione, tipologie e trend di mercato** (3-4 luglio 2018), si rivolge a neolaureati e professionisti del settore che desiderino apprendere le prime nozioni fondamentali di branded entertainment e imparare a riconoscere, proporre e creare progetti in linea con gli obiettivi dei brand.

Il secondo appuntamento, **Branded Entertainment: come creare un progetto di successo** (10-11 luglio 2018), invece, ha come obiettivo quello di fornire ai partecipanti gli strumenti teorici e pratici per poter commissionare, creare e proporre un progetto di comunicazione integrata e branded entertainment, con un maggior focus, quindi, sui processi operativi e le competenze tecniche che portano alla costruzione di un BE qualitativamente buono, quali la scrittura e l'interpretazione di un brief.

Un'attenzione maggiore rispetto a tematiche fiscali e normative sarà, invece, richiesta agli iscritti del terzo seminario, **Branded Entertainment: strategia, normativa e modelli di business** (18-19 settembre 2018). Destinatari del corso executive, manager e professionisti che desiderino approfondire le strategie di marketing, i modelli di business e gli aspetti normativi dell'intera filiera del BE.

Infine, il quarto seminario, **Branded Entertainment: la strategia, la diffusione e la misurazione dei risultati** (25-26 settembre 2018), ispirandosi alla frase di Jonathan Perelman, "Content is king but distribution is queen", si ripropone di completare la formazione specialistica dei suoi partecipanti fornendo loro gli strumenti teorici e pratici per poter elaborare una corretta strategia di distribuzione e diffusione di un progetto, e poterne poi analizzare i risultati in base agli obiettivi e ai kpi prefissati.