

/ aziende/formazione

OBE E IULM INSIEME PER LA FORMAZIONE DI ESPERTI DI BRANDED ENTERTAINMENT

6 Giugno 2018



UFFICIO STAMPA

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 capo della direzione didattica dei quattro appuntamenti, **Anna Gavazzi**, Direttore Generale OBE, che vanta una 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.



TAGS

branded entertainment, IULM, OBE

ARTICOLI CORRELATI

- *OBE Summit: in Italia il mercato del Branded Entertainment vale 360 milioni di euro*
- *L'Osservatorio Branded Entertainment annuncia l'ingresso di Ogilvy e Mattel*
- *Doxa e ZeroStories lanciano B.E.E.R., strumento in grado di misurare l'efficacia del Branded Entertainment*

Commenti: 0

Ordina per



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

ULTIMA CHIAMATA LATAM

Voli in offerta

BRAND	MEDIA	MOBILE	RICERCHE	AZIENDE	AGENZIE	PEOPLE
<ul style="list-style-type: none"> • Toluna annuncia il rebranding e lancia la nuova piattaforma per gli insights sui consumatori • Il team creativo W.O.T. vince la gara indetta da Mareblu per LeDeli. Pianifica Vizeum • Ogilvy "Next Chapter": nuovo modello organizzativo e nuova brand identity 	<ul style="list-style-type: none"> • L'Uomo Vogue compie 50 anni e torna in edicola martedì 12 giugno • Hasbro promuove la formazione dei bambini con l'iniziativa "costruisci il suo futuro" • Bluvacanze porta in televisione il turismo organizzato con il format BluMagazine 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobile Messaging: Signify Media firma le Emoji di J-AX e Fedez • Eureweb integra l'hot spot con la pubblicità programmatic, grazie a Eurewi-fi • UniSalute lancia, insieme a Disney Italia, la nuova app UniSalute Junior 	<ul style="list-style-type: none"> • Stampa: giù l'audience, cercasi nuove vie attraverso il digitale. La ricerca Publicis Media • I migliori brand del mondo a livello record: la classifica WPP e Kantar Millward Brown • Il Mobile Internet nel 2020 varrà il 28% del consumo media globale: lo studio Zenith 	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas Cardif aderisce all'iniziativa formativa TechCamp@POLIMI • IFI Italians Festival riparte dal BASE Milano. Focus sulla "human intelligence" • OBE e IULM insieme per la formazione di esperti di Branded Entertainment 	<ul style="list-style-type: none"> • Aipem scelta da Banca di Cividale per la nuova brand identity. Nasce CiviBank • Original Marines sceglie Triboo come partner digitale. Al via l'eCommerce integrato • Social Factor scelta da Villaggio della Salute Più per la strategia digital e social 	<ul style="list-style-type: none"> • Andrea Cancellato è il nuovo direttore • Luca Jaechia entra come Senior Copywriter e Strategist • Mafalda Lepore nominata Head of Loyalty & Promotions