

IULM e OBE INSIEME «costruiscono» esperti di Branded Entertainment

June
7
2018



Costanza
Mastrovalerio
Commexia S.r.l.

- Scheda utente
- Altri testi utente
- RSS utente

Osservatorio Branded Entertainment – primo e unico organismo associativo in Italia a rappresentare le più importanti aziende che investono, producono, distribuiscono e creano branded entertainment – e Università IULM presentano quattro workshop di specializzazione rivolti a neolaureati e professionisti della filiera del BE.

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.

"Per raccogliere le sfide di un mondo in continua evoluzione, una formazione di alto livello è la chiave per una carriera di successo".

OBE - Osservatorio Branded Entertainment

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.

Attiva dal 2013, OBE vuole rappresentare e dare voce a tutti gli attori della filiera del branded entertainment: sia alle aziende che investono, sia alle società che creano, producono e distribuiscono branded entertainment sui diversi media.

Partner del network internazionale BCMA - Branded Content Marketing Association, l'Associazione si propone di contribuire allo sviluppo di una cultura del branded entertainment consapevole e rispettosa dei consumatori, attraverso l'attività di studio e definizione del fenomeno e delle sue evoluzioni, il monitoraggio e l'analisi dei progetti realizzati, la valutazione delle performance, la formazione, la regolamentazione e la divulgazione diretta a operatori, media e istituzioni.

OBE, che annovera a oggi oltre 35 associati, si rivolge ai principali operatori del mercato della comunicazione – brand, editori, concessionarie, centri media, agenzie creative e digitali, associazioni di categoria – ma anche a soggetti pubblici e privati interessati a vario titolo al branded entertainment. www.osservatoriobe.com

IULM

Scuola di Comunicazione, la Business School dell'Università IULM, attraverso Master Universitari, Master e Corsi Executive, propone la migliore offerta di Master in management della comunicazione negli ambiti del Food, del Fashion, del Design, del Turismo, delle Relazioni Internazionali e dei New Media e prepara studenti e professionisti a misurarsi con contesti e carriere internazionali offrendo esperienze sul campo, nelle più prestigiose realtà mondiali, attraverso study tour in Europa e negli Stati Uniti e sessioni formative tenute da docenti provenienti da tutto il mondo.

Oltre il 70% degli studenti dei Master IULM lavora in Italia e nel mondo con alte performance e rappresenta profili professionali molto richiesti da parte delle aziende.

Formare, aggiornare, offrire nuovi strumenti conoscitivi a manager e giovani professionisti; IULM risponde a queste necessità facendo leva sul valore scientifico della propria faculty e sull'apporto di istituzioni pubbliche e aziende private. gotomaster.iulm.com – info.sdc@iulm.com

Link:

<http://gotomaster.iulm.com/masters/corsi-branded/>