

Obe e Iulm collaborano nella formazione di esperti di branded entertainment

08/06/2018 | 17:38



Studenti, neolaureati, professionisti dei vari settori che compongono l'articolata filiera del branded entertainment. E' rivolta a questi soggetti – con un innalzamento progressivo del livello di specializzazione – l'ultima iniziativa formativa predisposta dall'associazione OBE e dallo Iulm, nel quadro di un rapporto di collaborazione sempre più stretto.

Da una parte l'Osservatorio Branded Entertainment, molto attivo nel promuovere questa nuova leva della comunicazione e del marketing, dall'altra la Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM, vero e proprio polo nazionale della formazione nei settori della comunicazione, delle lingue straniere, del turismo e della valorizzazione dei beni culturali.

L'impegno comune prevede – a partire da luglio – il decollo di quattro workshop di specializzazione. La direzione didattica è affidata ad Anna Gavazzi, direttore generale OBE, mentre la direzione scientifica è curata da Luciano Massa, docente di Branded Entertainment all'interno del Dipartimento di Comunicazione, arti e media 'Giampaolo Fabris' di IULM.



Anna Gavazzi, direttore generale OBE

Gli obiettivi e le finalità dei workshop si differenziano per livello di approfondimento e conoscenze preliminari dei partecipanti: il primo, si rivolge a neolaureati e professionisti del settore che desiderino apprendere le prime nozioni fondamentali; il secondo 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; il terzo si occupa anche di tematiche fiscali e normative; il quarto infine, 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.