



QVC Italia sostiene due borse di studio parziali per il Corso in Branded Entertainment IED Milano

QVC Italia sostiene due borse di studio parziali per il Corso in Branded Entertainment IED Milano : 20 novembre 2017

Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi QVC, piattaforma di shopping multicanale e storico Socio OBE, Osservatorio Branded Entertainment - investe nella formazione dei nuovi professionisti del branded entertainment stringendo una partnership esclusiva con IED e offrendo due borse di studio al 50% rivolte agli studenti del Corso di Formazione Avanzata in Branded Entertainment di IED Milano particolarmente motivati e interessati professionalmente al settore della pubblicità, dell'intrattenimento e dell'editoria. Il Corso - in programma il venerdì e il sabato al fine di permettere anche a chi lavora di arricchire le proprie competenze professionali - mira a offrire 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 tematiche, 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 Patricia Weiss, una delle maggiori esperte di branded entertainment, sia nel nostro Advisory Board IED Comm sia come docente, e la seconda edizione del Corso di BRANDED ENTERTAINMENT che si arricchisce della partnership con OBE-Osservatorio Branded Entertainment: il nostro interesse per il BE emerge chiaramente". La direzione scientifica del corso è infatti affidata all'Osservatorio Branded Entertainment, l'associazione che studia e promuove la diffusione sul mercato italiano del branded entertainment come leva strategica per la comunicazione integrata di marca, che sarà anche parte attiva in aula introducendo best practice e condividendo il proprio knowhow. La piattaforma multicanale QVC - attenta a intercettare i trend e le nuove forme di comunicazione - sarà inoltre presente in aula 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. Grazie alla presentazione di alcune case history di QVC e alle testimonianze di docenti ed esperti di settore, gli studenti matureranno un'esperienza articolata della professione, che si concluderà con una sessione di laboratorio e un programma di visiting negli uffici e negli studi televisivi di QVC a Brugherio (MB). Le borse di studio QVC verranno presentate ufficialmente in occasione della tavola rotonda sul Branded Entertainment in programma il 22 novembre presso la sede IED Milano di via Bezzacca. All'evento - rivolto a professionisti del settore, studenti e neolaureati - intervengono, in un confronto sulle nuove tematiche della comunicazione di marca: Laura Corbetta - Presidente OBE e CEO YAM112003 Rosa De Vita - Brand Marketing Manager QVC Italia Samanta Giuliani - Digital Strategist Manager The Big Now Francesca Papa - Laura Gusmeroli Client Director Show Reel Modera Elena Sacco, Direttore della Scuola di Comunicazione e Management IED Milano. Con questa collaborazione QVC si accredita sempre di più come attore rilevante nell'ecosistema del branded entertainment e rinnova il proprio impegno nel sostenere attivamente lo sviluppo delle figure professionali dell'era multicanale, in grado di gestire contemporaneamente la comunicazione di brand e la creazione di prodotti d'intrattenimento. « Calvin Klein, Inc. annuncia la... L'alleanza Barilla, Coop e Danone... »