



MASTER BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT

Milano
13 ottobre 2023
31 maggio 2024

PARTNER

FASTWEB **Google** **OMG** **Rai Pubblicità** **YAM-112003**

PARTNER TECNICI

24ORE SYSTEM **A. Manzoni & C.** **ADC** **IGPDecaux**

DESCRIZIONE E OBIETTIVI

Il Branded Content & Entertainment è una leva di comunicazione poliedrica, in costante evoluzione, che si basa sull'ideazione, produzione e distribuzione di contenuti rilevanti in grado di attrarre e "intrattenere" una specifica audience. Una natura ibrida che richiede oggi professionalità in grado di padroneggiare linguaggi e approcci tra loro differenti. Lo scopo di questo Master è fornire ai partecipanti sia chiavi interpretative utili a conoscere al meglio questa leva, sia una serie di strumenti e tools pratici per pianificare, creare, distribuire e misurare in modo efficace progetti di BC&E.

A partire dalla strategia di marca e dal posizionamento, si arriverà a parlare di storytelling e linguaggi mediali, analizzando poi nello specifico i diversi formati, generi e mezzi in cui si declina questa leva di comunicazione, applicabile in molteplici settori merceologici e adatta a raggiungere target diversi, anche su tematiche specifiche.

La Faculty comprende figure di spicco delle più importanti Università milanesi (tra cui Bocconi, Cattolica, IULM, Politecnico) e top manager delle principali realtà che operano in questo mercato.

Il Master, nato da un'idea di OBE e UPA, si propone come percorso formativo executive, rivolto sia a manager d'azienda con esperienza pregressa in comunicazione e marketing, sia a figure che operano nel mondo dei media e dell'entertainment. Il percorso è adatto altresì a giovani professionisti e neolaureati che sono alla ricerca di una specializzazione di alto livello in questo campo.

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 60 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.

UPA – UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

UPA è l'Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia. Rappresenta oltre 400 aziende pari all'85% dell'investimento pubblicitario in Italia.

Ha contribuito alla fondazione di tutte le società di rilevazione delle audience (il sistema delle indagini "Audi"), di Pubblicità Progresso, dello IAP (Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria) e in sede internazionale della WFA (World Federation of Advertiser), la federazione mondiale degli investitori pubblicitari.

UPA considera centrale per le aziende sia il costante aggiornamento dei manager d'azienda sia la formazione dei giovani interessati ad intraprendere una carriera nel marketing e nella comunicazione, che promuove attraverso il brand UPA Academy.

In parallelo alla formazione continua riservata alle aziende associate UPA Academy organizza alcuni Master di approfondimento verticale sui temi più rilevanti della pubblicità e della comunicazione (comunicazione integrata, data science, diritto della comunicazione, branded content entertainment).

PARTNER

PARTNER TECNICI

ARCHITETTURA DEL MASTER

Il percorso didattico si articola in 19 giornate d'aula:

- Nelle prime 6 giornate si affronta il tema del Branding, dello scenario media e dello storytelling, per fornire una cornice di riferimento comune e inquadrare al meglio l'approccio al Branded Entertainment.
- Nelle successive giornate si scende nel dettaglio di formati e generi, con moduli verticali di approfondimento sui diversi media.

MATERIALE DIDATTICO

Tutte le slide e i video delle lezioni sono caricati nell'area riservata a cui i partecipanti accedono tramite password.

Al termine del Master verrà rilasciato un attestato di partecipazione che certifica le competenze acquisite.

DURATA

Il Master si svolgerà in 19 giornate d'aula, tendenzialmente due venerdì al mese.
Dal 13 ottobre 2023 al 31 maggio 2024. Orari: 9.30 -13.00 e 14.15 -17.45.

LOCATION

Sarà possibile partecipare al Master anche da remoto in modalità videoconferenza.

Per ottenere l'attestato di partecipazione che certifica le competenze acquisite al termine del Master è necessaria la presenza (in aula o da remoto) ad almeno il 75% delle lezioni.



QUOTA DI ISCRIZIONE

4.000 €+ IVA. La quota di partecipazione è scontata a 2.000 €+ IVA per associati OBE, UPA e under 30

PARTNER

PARTNER TECNICI

CALENDARIO

Il programma potrà essere soggetto a variazioni

DAY 1 - Venerdì 13 Ottobre

Customer based brand equity: la definizione delle strategie di marca.

Maria Carmela Ostillio - Associate Professor of Practice, Core Faculty, Direttore Brand Academy SDA Bocconi

DAY 2 - Venerdì 20 Ottobre

Customer based brand equity: la definizione delle strategie di marca.

Maria Carmela Ostillio - Associate Professor of Practice, Core Faculty, Direttore Brand Academy SDA Bocconi

Brand&Trend

Valentina Salice - Partner Caffèina, Fellow Professor Marketing & Sales SDA Bocconi

DAY 3 - Venerdì 10 Novembre

Il branded entertainment all'interno della strategia di marketing e comunicazione.

Anna Vitiello - Direttore Scientifico OBE e Direttore OBE Academy

Background e storia del BE: dagli Enea agli Avatar, una storia che attraversa secoli.

Patrizia Musso - Docente di Brand Communication presso l'Università Cattolica di Milano

Anna Vitiello - Direttore Scientifico OBE e Direttore OBE Academy

Il modello di costruzione di un BC&E.

Anna Vitiello - Direttore Scientifico OBE e Direttore OBE Academy

DAY 4 - Venerdì 17 Novembre

Gli obiettivi del brand entertainment: dalla brand equity, al purpose, al brand activism.

Anna Vitiello - Direttore Scientifico OBE e Direttore OBE Academy

Il brand purpose nella strategia di marca: il caso Lavazza

Eleonora Coffaro - Creative Content & Brand Image Manager Lavazza Group

Il Diversity Brand Index: misurazione dell'impatto delle politiche di D&I sul comportamento del consumatore.

Antonella Pirro Ruggiero - Associate Partner Focus Management

PARTNER

FASTWEB **Google** **OMG** **Rai Pubblicità** **YAM•112003**

PARTNER TECNICI

24ORE SYSTEM **A. Manzoni & C.** **ADC** **IGPDecaux**

DAY 5 - Venerdì 1° dicembre

Building stories.

Mattia Garofalo - *Content Director & Worldbuilder brandstories*

DAY 6 - Venerdì 2 Dicembre

L'attuale scenario dei mezzi di comunicazione.

Marco Robbiati - *Research & Market Insight Director Ominicom Media Group*

L'importanza dello start: la stesura di un brief efficace.

Patrizia Musso - *Docente di Brand Communication presso l'Università Cattolica di Milano*

Anna Vitiello - *Direttore Scientifico OBE e Direttore OBE Academy*

BRIEF PROJECT WORK

DAY 7 - Venerdì 12 Gennaio

How to build a BC&E

Dietro le quinte di una strategia, strumenti, tecniche di analisi e costruzione di insight per lo sviluppo di contenuti.

Erik Rollini - *Managing Director EssenceMediaCom*

Antonio Filoni - *Partner, Head of Innovation and Digital Offering Doxa*

Varinia Nozzoli - *Insight & Consumer Culture Senior Director Warner Bros Discovery*

DAY 8 - Venerdì 19 Gennaio

How to build a BC&E

Be Kind Rewind: dalla costruzione della content strategy allo sviluppo del processo creative...e ritorno!

Lo Short Movie come strategia di comunicazione: dall'idea creativa alla distribuzione media

Luigi Sales - *Head of Content and Original Production di Giffoni Innovation Hub*

PARTNER

FASTWEB **Google** **OMG** **Rai Pubblicità** **YAM•112003**

PARTNER TECNICI

24ORE SYSTEM **mtc** **A. Manzoni & C.** **ADC** **IGPDecaux**

DAY 9 - Venerdì 2 Febbraio

Transmedia Experience. Come attraverso lo Storytelling si può costruire una grandenarrazione di marca totale.

Francesco Gavatora - *Storytelling expert e giornalista pubblicista*

Riccardo Milanesi - *Docente e consulente di Digital e Transmedia*

DAY 10 - Venerdì 9 Febbraio

Original production: dall'idea alla messa in onda.

Marco La Magna - *Head of Branded Entertainment Publitalia '80*

Total Audience.

Alberto Vivaldelli - *Responsabile Digital UPA*

Original production: dall'idea alla messa in onda. La brand integration per il broadcaster.

Viviana Pellegrini - *Entertainment & Sport Brand Solutions Director Sky Media*

La brand integration per la casa di produzione.

Roberta Zamboni - *Head of Branded Entertainment FremantleMedia Italia*

DAY 11 - Venerdì 23 Febbraio

La misurazione del bc&e tv. Dall'analisi delle audience all'individuazione dei kpi's: come valutare l'efficacia.

Anna Vitiello - *Direttore Scientifico OBE e Direttore UPA Academy*

Il Branded Entertainment nel cinema e nella lingua serialità televisiva. Strategie e prospettive tra corporate storytelling e cross medialità.

Alessandra Cianciaruso - *Senior Advisor Branded Entertainment, Storytelling e Special Projects*

PROJECT WORK

PARTNER

FASTWEB **Google** **OMG** **Rai Pubblicità** **YAM•112003**

PARTNER TECNICI

24ORE SYSTEM **A. Manzoni & C.** **ADC** **IGPDecaux**

DAY 12 - Venerdì 15 Marzo

Oltre la TV. Progetti integrati di BC&E.

Antonella Di Lazzaro - *Direttore Trade Marketing e iniziative speciali Rai Pubblicità*

Laura D'Ausilio - *Responsabile Iniziative speciali Rai Pubblicità*

L'evoluzione del product placement nella fiction.

Enrico Marangoni - *Responsabile Product Placement e Branded Content Rai Pubblicità*

Alessandro Carbone - *Producer Rai - Delegato alla Produzione Progetti Speciali*

DAY 13 - Venerdì 22 Marzo

Il processo autoriale dei creator e l'integrazione dello storytelling di brand.

Chiara Iovine - *Head of Branded Production & Project Management Ciaopeople*

Anna Manzo - *Head of The Jackal Management*

Andrea Moccia - *Fondatore e Direttore Editoriale Geopop*

La misurazione del BC&E digitale: CO.BRA.

Anna Vitiello - *Direttore Scientifico OBE e Direttore OBE Academy*

Antonio Filoni - *Partner, Head of Innovation and Digital Offering Doxa*

La costruzione e la gestione di una piattaforma editoriale di brand: il caso Fine Dining Lovers, by Acqua Panna e S. Pellegrino.

Valeria Raimondi - *Editor in Chief Fine Dining Lovers*

DAY 14 - Venerdì 5 Aprile

Metaverso: scenario e introduzione

Lucio Lamberti - *Professore ordinario di marketing omnicanale e marketing analytics alla School of Management del Politecnico di Milano*

Nuove frontiere e opportunità per i brand.

Alessio Garbin - *Data e Digital Marketing Coordinator Barilla - Professore di Web Communication IULM*

PARTNER

FASTWEB **Google** **OMG** **Rai Pubblicità** **YAM•112003**

PARTNER TECNICI

24ORE SYSTEM **A. Manzoni & C.** **ADC** **IGPDecaux**

DAY 15 - Venerdì 12 Aprile

Quando l'Influencer Marketing diventa Branded Entertainment.

Matteo Pogliani - Partner e Head of Digital di Openbox, Founder dell'ONIM, Osservatorio Nazionale Influencer Marketing

The Magic of Twitch.

Nicoletta Besio - Sales Director Twitch Italy

DAY 16 - Venerdì 10 Maggio

Il mondo del Branded Audio: modelli di business, approcci strategici, customer journey e revenue stream.

Georgia Giannattasio - Country Manager Audion

Il branded podcast nella comunicazione di marca

Alessia Cicuto - Co-founder & CEO brandstories

Matteo Caccia - Radio24 - IIPost

DAY 17 - Venerdì 17 Maggio

BC&E e territorio: nuove prospettive per la narrazione di marca. Dai trend alle best practice italiane e internazionali.

Ornella Lameri - Head of Strategy Brand & Content - YAM112003

Monica Zanaga - Senior Strategist EY-YELLO

Come fare Branded Entertainment costruendo una relazione con il territorio: il caso Fastweb.

Roberta Artuso - Brand Empowerment Manager - Fastweb

Arianna Baldanzi - Creative and Content Manager Fastweb

DAY 18/19 - Giovedì 30 e Venerdì 31 Maggio

WORKSHOP

PARTNER

FASTWEB **Google** **OMG** **Rai Pubblicità** **YAM•112003**

PARTNER TECNICI

24ORE SYSTEM **A. Manzoni & C.** **ADC** **IGPDecaux**