

*La filiera del branded entertainment: attori e processi*

Il Branded Entertainment è un prodotto editoriale ideato, realizzato e finanziato da un brand, interamente originale (original production) o integrato in un progetto comunicativo preesistente (brand integration), veicolato da piattaforme mediali e finalizzato a intrattenere un pubblico-target in modo coerente tanto con i valori e gli obiettivi del brand quanto con gli elementi caratteristici della piattaforma. Tali requisiti lo configurano come un'innovativa leva di comunicazione e di marketing per le strategie d'azienda, a cui si accompagnano ruoli e processi organizzativi talvolta complessi o specifici progetto per progetto. Obiettivo della lezione sarà quello di esaminare come nascono, si sviluppano e si gestiscono i progetti di branded content, con particolare riguardo ai canali televisivo e digitale.