

MASTER IN BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT



PROGRAMMA

Via Larga 15, Milano

5 Novembre 2021 – 10 Giugno 2022

DESCRIZIONE E OBIETTIVI

Il Branded Content & Entertainment è una leva di comunicazione poliedrica, in costante evoluzione, afferente al mondo del marketing e della costruzione del brand, 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 ogni giorno 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 questo approccio, sia una serie di strumenti e tools pratici per pianificare, creare, distribuire e misurare in modo efficace progetti di Branded Content & Entertainment.

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 nelle più importanti Università milanesi (tra cui Bocconi, Cattolica, IULM) e top manager

DURATA

Il Master si svolgerà in giornate di aula, tendenzialmente due venerdì al mese. Tre giornate, focalizzate esclusivamente sul project work, si terranno di mercoledì.

Dal 5 novembre 2021 al 11 giugno 2022. Orari: 9.30 -13.00 e 14.15 -17.45.

UPA ACADEMY

BE ACADEMY

In partnership con
Google

In partnership con

Partner tecnici

atc
A. MANZONI & C. S.p.A.

CONNEXIA
CONEXIA.COM

IGPDecaux
IGPDecaux.COM

WebAds
WebAds.COM

LOCATION

UPA Via Larga 15, Milano.

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 UPA e OBE e under 30

ARCHITETTURA DEL MASTER

Il percorso didattico si articola in:

- 19 giornate d'aula:
 - Nelle prime 5 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.
 - 3 giornate saranno interamente dedicate alla realizzazione dei project work
 - La giornata finale è dedicata a una Masterclass e alla presentazione dei project work.
- Alcuni moduli online di ulteriore approfondimento della durata massima di 30 minuti ciascuno, fruibili individualmente in qualsiasi momento.
- Project work
Parte integrante e sperimentazione attiva dei contenuti appresi è il project work a cui i partecipanti lavorano partendo da un brief, che definisce obiettivi e contesto, presentato in aula da un'importante azienda.
Questa attività viene svolta in piccoli gruppi e in parallelo alle lezioni.
All'interno del percorso del Master sono inseriti 5 moduli di approfondimento dedicati alle fasi di sviluppo di un progetto di Branded Entertainment che delineano il modello "How to build a Branded Entertainment: the 5 steps", da applicare al project work.

Materiale didattico

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

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 apri 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 Advertisers), la federazione

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).

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.

CALENDARIO - Il programma sarà soggetto a variazioni

DAY 1 Venerdì 5 novembre

- Customer based brand equity: la definizione delle strategie di marca
Maria Carmela Ostillio (Associate Professor of Practice, Core Faculty, Direttore Brand Academy SDA Bocconi School of Management)

DAY 2 Venerdì 19 novembre

- Customer based brand equity: la definizione delle strategie di marca
Maria Carmela Ostillio (Associate Professor of Practice, Core Faculty, Direttore Brand Academy SDA Bocconi School of Management)
- L'importanza dello start: la stesura di un brief efficace
Patrizia Musso (Docente di Brand Communication presso l'Università Cattolica di Milano, Direttore Scientifico di OBE)
- PROJECT WORK - IL BRIEF

DAY 3 Venerdì 26 novembre

- L'attuale scenario dei mezzi di comunicazione
Marco Robbiati (Research & Market Insight Director, Omnicom Media Group)
- La comunicazione intorno alla persona: un'esplorazione dei principali trend di comunicazione in un mondo che cambia.
Valentina Salice (Head of business development, OMD)
- PROJECT WORK - FORMAZIONE GRUPPI
Anna Vitiello (Direttore OBE Academy) - Patrizia Gilberti (Coordinamento Master UPA Academy)

DAY 4 Venerdì 17 dicembre

- Il branded entertainment all'interno della strategia di marketing e comunicazione
Anna Vitiello (Direttore OBE Academy)
- Gli obiettivi del branded entertainment: dalla brand identity al purpose
Anna Vitiello (Direttore OBE Academy)

DAY 5 Venerdì 14 gennaio

- Building stories
Mattia Garofalo (Creative & Managing Director di This Is Ideal)

DAY 6 Venerdì 21 gennaio

- How to build a **BC&E** - il modello OBE di costruzione e gestione del branded content & entertainment in step
Anna Vitiello (Direttore OBE Academy)
- How to build a **BC&E** - dietro le quinte di una strategia, strumenti e tecniche di analisi e sviluppo di contenuti
Erik Rollini (Managing Director MediaCom) - Emanuele Giraldi (Managing Director Omni@)
- PROJECT WORK - DALL'ANALISI ALLA STRATEGIA

DAY 7 Venerdì 4 febbraio

- How to build a **BC&E** - be kind rewind: il processo creativo
Riccardo Catagnano (Direttore Creativo e Head of Content di Connexia) - Karim Bartoletti (Partner/Executive Producer Indiana Production – Consigliere ADICI – Consigliere CPA)
- PROJECT WORK - DALLA STRATEGIA ALLA CREATIVITÀ
- Media Parkour: un nuovo approccio **BC&E** alla comunicazione integrata
Ludovica Federighi (Head of Fuse Omincom Media Group)

DAY 8 Venerdì 18 febbraio

- Oltre la TV. Progetti integrali di **BC&E**
Antonella Di Lazzaro (Direttore Trade Marketing e Iniziative Speciali Rai Pubblicità) - Laura D'Ausilio (Responsabile Iniziative Speciali Rai Pubblicità)
- Original Production: dall'idea alla messa in onda
Pietro Enrico (Direttore Brand On Solutions, Publitalia80 Gruppo Mediaset) - Fabrizio Battocchio (Head of Format a Mediaset RTI)

DAY 9 Venerdì 4 marzo

- La brand integration per il broadcaster
Viviana Pellegrini (Sky Media - Entertainment & Sport Brand Solutions Director) - Francesca Carravieri (Direttore Sky Uno)
- Branded entertainment su misura: come immaginare e realizzare progetti originali per un brand
Alberto Rossini (Branded Entertainment and TV Director, YAM112003)
- L'evoluzione del product placement nella fiction
Enrico Marangoni (Responsabile Product Placement e Branded Content Rai Pubblicità)
- La misurazione dell'efficacia del **BC&E** televisivo: OBE TV tracking
Anna Vitiello (Direttore OBE Academy) - Erik Rollini (Managing Director MediaCom)

DAY 10 Mercoledì 9 marzo

- PROJECT WORK
- How to build a **BC&E** - piano di produzione e costruzione del budget
Francesca Albano (Operation Director, YAM112003)
- Brand integration production
Roberta Zamboni (Head of Branded Entertainment Fremantle Italia)

DAY 11 Venerdì 18 marzo

- Cinema & brand: punti di partenza e prospettive
Maria Grazia Fanchi (Professore Ordinario Cinema Università Cattolica)
- Il Branded Entertainment nel cinema e nella lunga serialità televisiva. Strategie e prospettive tra corporate storytelling e cross medialità
Alessandra Cianciaruso (Senior Advisor Branded Entertainment e Progetti Speciali)

DAY 12 Venerdì 1 aprile

- Il mercato dei podcast: dai modelli di business alla comunicazione
Georgia Giannattasio (Co-Founder e CEO Mentre Reliving Stories) - Mirko Lagonegro (Founder e CEO Digital MDE)
- Lo storytelling nei contenuti audio
Andrea W. Castellanza (autore di podcast)
- L'evoluzione del mercato audio in Italia
Andrea Federica De Cesco (giornalista)
- Smart speaker & connected car
Case History di successo - Mirko Lagonegro (Founder e CEO Digital MDE)

DAY 13 Venerdì 8 aprile

- Il processo autoriale dei creator e l'integrazione dello storytelling di brand
Vincenzo Piscopo (Head of Branded Content, Ciaopeople) - Gianluca Fru - Aurora Leone (The Jackal)
- Il branded content & entertainment come asset fondamentale per un editore digitale
Vincenzo Piscopo (Head of Branded Content, Ciaopeople)
- Games e sports: opportunità per i brand
Antonio Jodice (Direttore e CoFounder di Magnet)

DAY 14 Venerdì 6 maggio

- Brand journalism, Branded content e storytelling: la trasformazione dell'industria editoriale
Marco Bardazzi (EVP Communications Director, ENI)
- Branded entertainment editoriale e commerciale: la sottile linea rossa
Simona Zanette (Managing Director Hearst Digital)
- Branded content e social media: quando smettiamo di essere audience e diventiamo community
Chiara Tescari (Head of Product, Freeda)
- BC&E e la normativa applicabile - modulo online
Paolina Testa (Partner dello studio associato FTCC)
- L'Autodisciplina Pubblicitaria e le nuove forme di comunicazione commerciale - modulo online
Vincenzo Guggino (Segretario Generale dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria)

DAY 15 Venerdì 13 maggio

- Lo scenario nazionale ed internazionale dell'influencer marketing
Matteo Pogliani (Partner e Head of Digital di Openbox, Founder dell'ONIM, Osservatorio Nazionale Influencer Marketing)
- Professione Influencer, "From Content To Contest"
Gianluca Perrelli (Chief Executive Officer, Buzzoole)
- L'influencer marketing come branded content: le opportunità per le aziende nel rispetto del corretto inquadramento contrattuale - modulo online
Mauro Festa (Managing Partner e Fondatore dello studio LegalFor)

DAY 16 Mercoledì 18 maggio

- PROJECT WORK

DAY 17 Venerdì 27 maggio

- Ecosistema digitale: trend, evoluzione e potenzialità per i brand oggi
Giuseppe Mayer (Cofondatore Antifragile e Autore di "Branding by Design")
- La misurazione del BC&E digitale: il modello CO.BRA
Anna Vitiello (Direttore OBE Academy) - Antonio Filoni (Partner, Head of Innovation and Digital Offering Doxa)
- Il supporto delle piattaforme nella costruzione di un BC&E efficace: dagli insight alla misurazione
Angelo Testa (Content Strategy Lead FMCG, Google)

DAY 18 Mercoledì 8 giugno

- PROJECT WORK

DAY 19 Venerdì 10 giugno

- Masterclass
Fabrizio Paschina (Executive Director Comunicazione e Immagine, Intesa San Paolo)
- PRESENTAZIONE PROJECT WORK