**BRANDED CONTENT LAB**

**CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA**

**Milano, 13-14 e 20-21 marzo 2015**

**PROGRAMMA CONTENUTI**

1.

Dal cinema d'impresa tradizionale al Branded Entertainment

Definizioni di Branded Entertainment e Branded Content

Modulo uniformità d’aula: Nozioni base di mktg per partecipanti con background audiovisivo.

Modulo uniformità d’aula: Nozioni base di produzione/distribuzione audiovisivi per partecipanti con background marketing.

2.

Case histories internazionali di Branded Content

Case histories italiane di Branded Content

Brief project work: prima fase della simulazione dello Sviluppo di un progetto a piccoli gruppi multifunzionali, a partire da un brief fino alla redazione di un documento Powerpoint e al suo pitching.

3.

Modalità operative, filiera e criticità.

Testimonianza di una casa di produzione: Zodiak Active.

Testimonianza di una concessionaria di pubblicità: Sky Pubblicità.

Aspetti giuridico-legali del Branded Entertainment.

4.

Pitching project work: fase conclusiva dello Sviluppo progetto, simulazione della presentazione al cliente da parte dei gruppi di corsisti.

Feedback su progetti da parte dei docenti.

**DOCENTI E ORGANIZZATORI**

**Alessandra Alessandri**, titolare Labmedia Media Consulting

**Paolo Pelizza**, produttore pubblicitario, televisivo e cinematografico

**ALTRI DOCENTI E TESTIMONIANZE**

**Avv. Ernesto Apa**, Studio Legale Portolano Cavallo

**Federica Casagrande**, Special projects Manager Sky Pubblicità

**Marco Ferrero**, già Chief Marketing Officer Mc Donald’s, Alpitour, ENI

**Emanuele Finardi**, Digital & Brands Director Zodiak Active