

ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DE COMUNICAÇÃO

BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
03/10/2019	9h/13h – 14h/18h	12 horas	Lisboa
04/10/2019	9h/13h		

OBJECTIVO GERAL:

O branded content & entertainment está no centro das interações entre marketing, advertising e entertainment. Analisar a relação dos conteúdos e do entretenimento com a comunicação das marcas, num mercado cada vez mais competitivo e tecnológico na captação de atenção dos consumidores e a sua sofisticação num contexto de comunicação, de inovação, de produção e de conteúdos cada vez mais digitais e independentes dos meios, leva a uma necessidade de aprofundar o conhecimento sobre esta tendência. Bem como de criar um mercado cada vez mais profissionalizado.

Pretende-se que os formandos, no final da unidade curricular, sejam capazes de reconhecer o enquadramento criativo, legal, negocial e concetual do branded content & entertainment e avaliar, criar e implementar ações de forma integrada e estruturada.

OBJECTIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Compreender o ambiente económico e tecnológico do setor dos media na relação com a comunicação das marcas e perspetivas futuras, sendo capazes de identificar os principais desafios e a relevância dos conteúdos e do vídeo neste ambiente;
 - ✓ Compreender o ambiente económico e tecnológico do setor dos media na relação com a comunicação das marcas e perspetivas futuras;
 - ✓ Compreender e identificar a evolução conceptual, desde o product placement ao advertainment e saber distinguir e aplicar os diferentes conceitos.
 - ✓ Conhecer e compreender o enquadramento legal e ético, necessário ao desenvolvimento de projetos de BE através dos desafios e dilemas dos principais players.
 - ✓ Identificar e analisar as variáveis e métricas em função dos objetivos, dos conteúdos e dos meios envolvidos;
 - ✓ Desenvolver e potenciar ideias que transportem valor do entretenimento para as marcas, e das marcas para o entretenimento, adaptadas aos diferentes meios.
 - ✓ Identificar e analisar as variáveis e métricas em função dos objetivos, dos conteúdos e dos meios envolvidos;
 - ✓ Desenvolver e potenciar ideias que transportem valor do entretenimento para as marcas e das marcas para o entretenimento, adaptada aos diferentes meios;
 - ✓ Compreender o ambiente económico e tecnológico do setor dos media na relação com a comunicação das marcas e perspetivas futuras;
 - ✓ Promover a reflexão sobre os conteúdos apreendidos, principais mensagens.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
I – Introdução ao Brand Entertainment	1 hora	➤ Um pouco de história.
II- Media do Futuro	1 hora	➤ Digitalização dos media; ➤ O papel da TV. Apresentação de estudos; ➤ O Desafio dos media e stakeholders; ➤ A importância do Brand Entertainment.
III- Content is King.	2 horas	➤ Do Product Placement, ao Product Integration e ao Brand Entertainment: Definições, tipologias e conceitos; ➤ A TV como principal montra de BE: Classificação de programas e diversidade de oportunidades; ➤ Desafio dos conteúdos; ➤ Casos práticos.
IV-Legislação e Ética	2 horas	➤ A Lei da TV; ➤ A TV e os outros media: principais desafios; ➤ Questões de natureza ética.
V-Objetivos e Métricas	1 hora	➤ Importância da medição; ➤ Processo de comunicação e impacto para as marcas, consumidores e meios; ➤ A eficácia, as variáveis e o preço.
VI- Produção: Do “Showing the can” ao Brand Entertainment	1 hora	➤ Vantagens, desafios e oportunidades; ➤ Casos práticos.
VII- Content Marketing	1h30 min	➤ Porquê do content marketing e principais desafios; ➤ As vantagens da associação a grupos de media; ➤ Caso prático.
VIII- A Arte do Storytelling: uma visão criativa.	1h30 min	➤ Importância das histórias; ➤ Casos práticos.
IX - Endorsement: Celebidades e influenciadores	1 hora	➤ As celebridades, os meios e as marcas; ➤ O BE e o endorsement. O character endorsement; ➤ As redes sociais e os influenciadores.

PREÇO ASSOCIADO: 270€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 390€+IVA

DESCONTOS

2ª Inscrição – 5% de desconto

3ª Inscrição e seguintes – 10% desconto

FORMADORA: SOFIA MOURA

Sofia Moura é Diretora Coordenadora de Brand Entertainment SIC. Licenciada em Economia pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra (1998). Mestre em Marketing pela Universidade Técnica de Lisboa – Instituto Superior de Economia e Gestão (2005).

Ao longo dos anos, fruto de uma carreira no grupo Impresa, tem tido a oportunidade de integrar diversas áreas e empresas dentro do grupo, mas assume que o *brand entertainment* é a sua paixão, tendo participado desde os primeiros passos no seu desenvolvimento e evolução, dando um contributo relevante para a sua sofisticação, consolidação e profissionalização.

É responsável pela criação de programas, conteúdos editoriais ou publicitários originais para as marcas, e pela integração de marcas em conteúdos de ficção e entretenimento existentes, em estreita relação com os anunciantes de forma integrada nas suas negociações de media, e em parceria com responsáveis de conteúdos, editoriais e de produção. O brand content & entertainment alia a gestão do negócio à criatividade demonstrando que Marcas e Entretenimento são aliados cada vez mais fortes. É autora dos livros: Licenciamento de Marcas e Personagens: Motivações, Implementação e Avaliação na Perspetiva do Licenciado (2006) e Marcas e Entretenimento, *Product placement* (em televisão): importância na estratégia integrada de comunicação (2013). É casada e tem três filhos.