

ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

BRANDED CONTENT

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
28/03/2023	9h/13h – 14h/18h	12 horas	Lisboa
29/03/2023	9h/13h		

OBJETIVO GERAL:

Dotar os formandos das ferramentas essenciais e necessárias para criarem e implementarem ações de branded content, de forma integrada e estruturada. Pretende-se que, no final da unidade curricular, os formandos sejam capazes de entender o potencial do storytelling e reconhecer o enquadramento concetual, legal e negocial do branded content.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Compreender os fundamentos do Branded Content e respetiva evolução até aos dias de hoje;
 - ✓ Compreender a importância do storytelling e da criatividade, como pilares do Branded Content;
 - ✓ Compreender o ambiente 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;
 - ✓ Conhecer e compreender o enquadramento legal e ético, necessário ao desenvolvimento de projetos de Branded Content, através dos desafios e obstáculos enfrentados pelo principais players;
 - ✓ Saber construir uma boa estratégia de Branded Content, identificando as diferentes variáveis que a integram;
 - ✓ 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;
 - ✓ Promover a reflexão sobre os conteúdos apreendidos, principais mensagens.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
O início da Publicidade	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Breve enquadramento do panorama dos media – evolução até aos dias de hoje; ➤ O que é a publicidade.
As marcas e o branded content	2h30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Da publicidade ao branded content; ➤ Storytelling: principais elementos e como criar ligações emocionais, através de histórias únicas e memoráveis; ➤ O nascimento de uma marca; ➤ A eficácia do branded content; ➤ A explosão da tecnologia e o declínio da criatividade; ➤ Best practices.
As agências e o branded content	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O papel das agências de media; ➤ A importância de um bom briefing; ➤ Caso prático.
Os meios e o branded content	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O papel dos meios na estratégia de branded content; ➤ Os diferentes formatos; ➤ Caso prático; ➤ Best practices.
Convidado/a especial	30m	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Testemunho na 1ª pessoa.
Legislação e Ética	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A Lei da TV; ➤ A TV e os outros media: principais desafios; ➤ Questões de natureza ética.
Celebridades e influenciadores	1h30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O marketing de influência; ➤ A força dos assets/rostos na criação do branded content.
O futuro do branded content	1h30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Que branded content ambicionamos fazer?

PREÇO ASSOCIADO: 220€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 290€+IVA

FORMADORA: MÓNICA SERRANO

Mónica Serrano liga os três pontos de um triângulo profissional – 7 anos de agência (KWP/WPP), 8 anos como Chief Marketing Officer de uma marca líder de mercado (L’Oréal) e, desde o início de 2021, tem a área de conteúdos comerciais do Grupo Impresa, assumindo a liderança do Atelier Impresa desde 2022, área que desenvolve todos os projetos de Branded Content do Grupo Impresa.

Tornou-se uma apaixonada pelos media, pela liberdade de pensar e de co-criar com marcas. Mónica tem uma inquietude saudável de ser um permanente motor de transformação e foi em nome desta ambição que aceitou o desafio de trocar a indústria da cosmética pelo universo dos media.

As marcas, os conteúdos e a transformação ligam Mónica neste triângulo que considera apaixonante. Do board da APAN para o board do BCMA, foi presidente da CAEM e é formadora na Lisbon Digital School. Vive sob o lema “la seine inquiétude”, vive intensamente a vida e é uma apaixonada pelo que faz.