

CURSO

BRANDED CONTENT 360

DESARROLLO DE ESTRATEGIAS
DE CONTENIDOS Y PROCESOS
DE CREATIVIDAD

GINA GULBERTI



EIC

Escuela Internacional
de Comunicación

PRESENTACIÓN

El 'branded content' o marketing de contenidos se ha convertido en la dinámica de comunicación actual para millones de empresas en todo el mundo que necesitan conectar con sus consumidores en plena era de la "sobreinformación". Mediante las historias y experiencias conducidas a través de blogs, vídeos, infografías, redes sociales, eventos o prescriptores, las marcas son capaces de transmitir mucho más que un simple producto.

Este curso te ofrecerá una doble visión estratégica y creativa. Aprenderás a construir un plan de branded content desde cero y obtendrás las herramientas y técnicas necesarias para transformar y optimizar la comunicación de cualquier compañía.

¿POR QUÉ ESTE CURSO?

Este es un programa imprescindible para cualquier profesional del marketing y la comunicación que precise una visión global acerca de la implementación, desarrollo y medición de una estrategia de *branded content*. Te ofrecerá las herramientas y los pilares básicos necesarios para la puesta en marcha y dirección de un plan de contenidos de marca en cualquier empresa.

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Este curso va dirigido a profesionales de todos los campos que quieran especializarse u obtener una visión más profunda del ámbito de la creación de contenido o dirección de planes estratégicos de *branded content*.



OBJETIVOS

- | | | | |
|----------|---|----------|---|
| 1 | Conocer todos los aspectos estratégicos, tácticos y creativos del <i>Branded Content</i> . | 2 | Aprender a desarrollar <i>copy</i> s creativos para diferentes plataformas y utilizar técnicas para comprobar su efectividad con el usuario. |
| 3 | Utilizar las herramientas de definición de KPIs y analítica que sirven para evaluar los resultados de un plan de <i>Branded Content</i> . | 4 | Aprender a planificar la creación y diseminación de contenido. |
| 5 | Conocer los diferentes tipos de contenido y experiencias de <i>Branded Content</i> , así como la utilidad de conectar el <i>offline</i> y el <i>online</i> en todas ellas. | 6 | Utilizar los medios sociales como canal imprescindible de promoción de contenido. |
| 7 | Aprender a crear diferentes tipos de contenido y experiencias para el trabajo y colaboración con <i>Influencers</i> . | 8 | Crear un <i>blog</i> corporativo como epicentro de la creación y distribución de contenido. |



PROGRAMA

1. ESTRATEGIA Y FORMATOS DE BRANDED CONTENT

- El nuevo escenario de la comunicación
- Branded content, Content Marketing y Transmedia Storytelling
- Paid / Owned / Earned Media
- Inbound Marketing y el perfil del "Content strategist"
- Planificación estratégica en la producción de branded content
- El proceso creativo del contenido: brainstorming, visual thinking y otras técnicas
- Formatos multimedia & herramientas de Branded Content

2. CREAR CONTENIDO PARA LA WEB SOCIAL

- El blog corporativo. Qué nos aporta y cómo crearlo.
- WordPress: diseño, publicación, widgets, integración con plataformas de terceros
- Redactar para la web, reglas y mejores prácticas
- SEO, optimizar el contenido para los buscadores
- Newsletter marketing, cómo optimizar nuestra relación con nuestra audiencia

3. SOCIAL MEDIA & INFLUENCER MARKETING

- Redes sociales y distribución de contenidos: estrategia y calendarios
- El rol y día a día del Community Manager
- Herramientas de gestión del social media: Hootsuite, Buffer, Tweetdeck, etc.
- Influencers: la importancia de los prescriptores online
- Identificar, interactuar y medir a los Influencers

4. MEDICIÓN DEL BRANDED CONTENT

- Definición de KPIs: el punto de partida
- Google Analytics para el análisis de una estrategia de contenidos
- Herramientas y principales métricas de social analytics
- La creación de dashboards de contenido

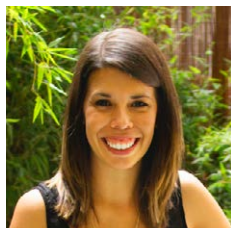


METODOLOGÍA

El método de aprendizaje combina teoría y práctica en dinámicas sesiones intensivas. Los alumnos implementarán una estrategia de *branded content* real utilizando todas las herramientas y dinámicas creativas a su alcance, con un proyecto final en el que tendrán que crear un plan de contenidos para una marca incluyendo elementos de los 4 módulos

DOCENTES

GINA GULBERTI



Vice President of Digital Marketing en **Launchmetrics**. Desde Madrid dirige el equipo digital de esta compañía tecnológica dedicada a la industria de la moda que está presente en siete mercados y cuenta con clientes como Asos, Burberry, Gucci o Topshop.

Anteriormente estuvo al frente de las acciones de *social media* y comunicación del portal Infoempleo del grupo Vocento; previamente formó parte también del equipo de marketing de Eltenedor.es, una empresa de Tripadvisor. Ha sido docente en diversas escuelas como ESIC, Universidad Complutense y KSchool. En 2010 obtuvo una beca Robert Shuman de la Unión Europea, formando parte del equipo de comunicación multimedia del Parlamento Europeo en Bruselas.



EDGAR GARCÍA



Senior Digital Analyst en **Divisadero @BBVA**. Analista digital para BBVA en su proceso de Transformación Digital y Service Manager de Divisadero. Responsable de la analítica multicanal de los productos de Activo, con el objetivo de generar insights. Análisis y optimización de campañas en medios centradas en los productos mencionados.

Apoyo transversal a todos los scrums y líneas de trabajo digital del banco. Ha trabajado también en medios de comunicación en su etapa como periodista.

JULIEN HENNICO



VP Marketing en **Geoblink**. Anteriormente, Global Head of B2B online marketing and lead generation en Eltenedor, desarrollando y liderando la estrategia de marketing B2B durante casi 10 años, así como Head of Product B2B. Creador de un software SAAS que permite a los restaurantes gestionar sus reservas y CRM. Es responsable del software, www.mitenedor.es, en los 3 países donde está establecido (España, Francia, Suiza). Es también Co Founder de SoEasytocook.com

ÁNGELA VILLAREJO



Co-fundadora de la agencia **Socialmood**. Dirige el área de PR Digital en donde se encarga de las estrategias digitales, de *Social Media* y campañas con *Influencers*. Su pasión desde hace 12 años es no dejar de aprender nunca acerca de los contenidos digitales, el *Inbound Marketing* y el Marketing de Contenidos. Da clases en escuelas como Inesdi,

IMF/Universidad Camilo José Cela, Foxize, Universidad Complutense y Universidad Rey Juan Carlos.

INFORMACIÓN

Fechas	● Viernes y sábados: 21-22 y 28-29 de febrero
Horario	● Viernes: de 17:00h a 21:00h Sábados: de 09:30h a 14:00h
Duración	● 17 horas

PRECIO: 380 €

AYUDAS ECONÓMICAS

Nuestra prioridad es facilitar una formación de calidad a todas las personas interesadas en mejorar su futuro profesional.

- Descuento de un 20% por inscripción anticipada antes del 24 de enero de 2020.
- Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.
- Condiciones especiales para los alumnos recomendados por las empresas asociadas a EIC y para antiguos alumnos.
- Infórmate de nuestras facilidades de pago.

RESERVA DE PLAZA*

Si quieres matricularte, rellena el formulario de inscripción que encontrarás en nuestra web. Una vez lo hayas enviado, te responderemos con las instrucciones necesarias para reservar tu plaza.

¡Las plazas son limitadas!

*La reserva de plaza será íntegramente reembolsada hasta 7 días antes del comienzo de las clases si decides no realizar el curso.

OBSERVACIONES

La realización definitiva del curso en las fechas previstas, está supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes.

Para obtener el diploma y certificado de la realización del curso, es necesario asistir como mínimo al 80% de las horas lectivas.

Superado este porcentaje, EIC se reserva el derecho de entrega de los certificados correspondientes.

EIC ofrece la posibilidad de diseñar todos sus programas formativos a medida para empresas e instituciones.

Curso bonificable para empresas a través de FUNDAE.

Más información e inscripciones:

C/ José Picón, 7 - 28028 Madrid

+34 911 377 365

info@eicomunicacion.com

www.eicomunicación.com

