

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5065 - BRANDED CONTENT

Informació general

- Tipus d'assignatura : Optativa
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Tercer
- Trimestre: Segon
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Anna Pilar Llacher Alsina <allacher@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Català

CATALÀ

CASTELLÀ

Hi podrà haver materials escrits en anglès

Competències que es treballen

Bàsica

- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Específica

- CE1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.

General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- CG2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.
- CG3. Integrar els valors de la justícia social, la igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis de Màrqueting i Comunitats Digitals contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per una societat justa, democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.

Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

Descripció

L'alumne aprendrà els passos que s'han de seguir per assumir el canvi de model comunicatiu basat en col·locar al consumidor, de forma immersiva, en el centre de les estratègies i a les marques en el centre de les històries.

El Branded Content serà el concepte transversal de tota l'assignatura, el motiu i l'excusa per parlar i profunditzar sobre creativitat, màrqueting digital, xarxes socials, storytelling i producció audiovisual. Tot això, per acabar interioritzant per què serveix el Branded Content, com es gesta, com s'executa, i com es valora el retorn de la inversió.

Resultats d'aprenentatge

Comunicar el procés a través de Comunicació Integrada Corporativa mitjançant l'elaboració d'un Pla de Comunicació Estratègic, a través del coneixement de la realitat de l'empresa i adaptat a les xarxes socials.

Comunicar amb propietat, tant per escrit com verbalment, les idees, projectes, normes i decisions manejant adequada i oportunament la diversitat de mitjans disponibles

Metodologia de treball

Les classes seran teòriques i pràctiques, enfocades a transmetre coneixement concret.

Aproximadament, i en general, el 50% del temps estarà dedicat a teoria destinada a l'explicació de models, metodologies i eines passant per diferents *Case Study* concrets, i el 50% del temps serà més pràctic, amb activitats a classe.

Es treballaran casos reals de la indústria, ja que la professora es dedica a crear i dirigir campanyes de branded content per tant, s'analitzaran campanyes i continguts reals.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19.

D'aquesta manera s'assegurara la consecució dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Continguts

TEMA 1: ESTRATÈGIA CREATIVA DIGITAL PER PROJECTES STORYTELLING I BRANDED CONTENT

- 1.1.- Creem un grup de *Whatsapp*? El context.
- 1.2.- Només sé que no sé res.
- 1.3.- Què hi ha de nou? Els ingredients.
- 1.4.- Atracció volta i vola. Les receptes.
- 1.5.- Qui ho està "petant"? Casos model.

TEMA 2: APLICACIÓ, TÀCTICA I ESTRATÈGIA DE LES EINES DIGITALS PER PROJECTES BRANDED CONTENT

- 2.1.- Inbound Marketing: Disseny de continguts, estratègia de difusió i mètriques clau.
- 2.2.- Distribució de continguts.
- 2.3.- De l'anunci a la conversió: disseny de circuits.
- 2.4.- Monitorització de marca.
- 2.5.- Youtube, la xarxa social i el nou Mitjà.

TEMA 3: "CUENTAME UN CUENTO": STORYTELLING I BRANDED CONTENT

- 3.1.- Del demogràfic a l'actitudinal.
- 3.2.- Storytelling.
- 3.3.- Branded Content.
- 3.4.- Narrativa transmedia del Branded Content.

TEMA 4: LA PRODUCCIÓ DEL BRANDED CONTENT

- 4.1.- La pre-producció: orígens *Made in Hollywood*, l'ofici del productor.
- 4.2.- La producció: creativitat i rendibilitat, pla de rodatge, disseny de producció, pressupost.
- 4.3.- La post-producció i el desenvolupament d'audiències.
- 4.4.- Mercat actual: noves oportunitats i producció col·laborativa.

Activitats d'aprenentatge

1. Test sobre una lectura inspiracional.
2. Exposició oral individual sobre un tema d'interès de l'alumne i alumna.
3. Treball grupal sobre una campanya de branded content. El treball es divideix en dues entregues:
 - Primera: plantejament, problemàtica, missatge i creativitat.
 - Segona: Execució, difusió i materials (spot, disseny gràfic, podcast...)

Sistema d'avaluació

Els alumnes han de realitzar un **examen final**, que es valora amb el **30%** de la nota final de l'assignatura.

Durant el curs, faran també **3 activitats** pràctiques, cada una valorada amb el **20%**. Una activitat és individual i les altres dues, en grup.

Hi ha una **lectura obligatòria**, que s'avaluarà a partir d'un test, valorat amb el **10%** de la nota final.

En el període de recuperació es pot recuperar la part teòrica el dia establert com examen de recuperació.

Respecte la part pràctica, només es podrà recuperar si s'han entregat les tres activitats, podent repetir l'activitat suspesa.

Perquè l'examen faci mitjana amb la nota dels exercicis pràctics s'ha de treure un 5. Amb menys d'un 5 no es fa mitjana i s'ha d'anar a l'examen de recuperació?.

El plagi està penalitzat. Si es detecta plagi en algun dels exercicis o en l'examen se suspendrà directament aquella pràctica o l'examen.