



# Wepromo Academy nasce con l'obiettivo di condividere la nostra risorsa più preziosa: l'esperienza maturata in anni di lavoro sul campo accanto alle aziende con cui abbiamo collaborato con successo.

Con l'aiuto di **importanti professionisti del marketing** ed esperti docenti del mondo digital forniremo i principali tools che oggi **le industrie creative** richiedono, offrendo percorsi formativi accessibili e aggiornati, che favoriscano l'ingresso nel mercato del lavoro.

Conoscere **gli strumenti del marketing digitale** oggi è la chiave per comprendere ed affrontare con sicurezza le sfide lanciate dal **business dell'entertainment**.



# 1 / Obiettivi dei corsi

**Wepromo Academy** è un percorso di formazione **pratico e specializzato** nel campo del marketing e della comunicazione **dell'entertainment**. Un'esperienza di formazione unica per entrare a diretto contatto con i migliori professionisti del settore, per far crescere una **passione** in una **professione** e per affrontare con sicurezza i primi passi di una carriera nel marketing dell'entertainment.

## / COSA IMPARERAI

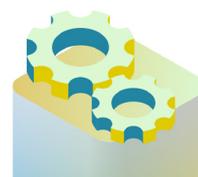
- Come funzionano le **digital PR** e ci si relaziona con i giornalisti di settore
- Quali sono i principali player della **distribuzione cinematografica** in Italia
- Quali sono le differenze tra **l'ufficio stampa** tradizionale e quello 2.0
- Come lavorano gli **influencer** dell'intrattenimento
- Come raggiungere la **audience in target** con il contenuto audiovisivo che si sta lanciando
- Come scrivere un **comunicato** ed organizzare una **conferenza stampa**
- Cosa significa **content marketing**, elaborare contenuti visivi e multimediali
- Come impostare una **strategia di lancio multicanale** di un contenuto cinematografico e televisivo



## 2 / Perché noi

Perché Wepromo è un'agenzia di promozione che conosce bene la domanda di mercato e lavora su grandi **franchise**. Il nostro approccio molto concreto ci consente di proporre validi **strumenti di lavoro** efficaci applicati specificamente al business dell'entertainment. Le lezioni sono tenute da esperti formatori e protagonisti di primo piano della distribuzione e della comunicazione cinematografica e del mondo televisivo. Il nostro obiettivo è **condividere l'esperienza** di chi lavora quotidianamente nel marketing e nella comunicazione in un settore peculiare come quello del **cinema e delle serie tv**.

**Per avere una panoramica completa dei nostri lavori visita il seguente link: [www.wepromo.it](http://www.wepromo.it)**



## 3 / Metodologia didattica e Workshop

Uno degli obiettivi principali di **Wepromo Academy** è offrire una panoramica aggiornata sullo stato dell'arte del marketing dell'entertainment in Italia e mettere gli studenti in contatto diretto con le professioni del settore, per questo i nostri docenti sono in primo luogo professionisti.

Il settore del marketing, in special modo quello legato al cinema e alla promozione dei contenuti, è in rapida e costante evoluzione. Molti sognano di fare della propria passione il lavoro della vita ma per rendere concreta questa aspirazione in un settore complesso e caratterizzato da altissima competitività a volte non basta la sola motivazione. E' essenziale avere i giusti strumenti per orientarsi tra le diverse opportunità, padroneggiare il lessico e le terminologie correnti, conoscere strategie e le modalità di lavoro dei migliori professionisti ma soprattutto confrontarsi di persona con i protagonisti del settore. Le testimonianze dirette e la condivisione delle loro esperienze si affiancano a workshop pratici e a lezioni introduttive per conoscere diversi i approcci al marketing dei contenuti, i metodi di lavoro più efficaci e le pratiche più evolute del panorama italiano e internazionale.

## 4 / Destinatari

**Wepromo Academy** si rivolge a tutti coloro che vogliono approfondire le proprie conoscenze e intraprendere una carriera professionale.

Il Master si rivolge a laureandi e laureati, prevalentemente nelle discipline umanistiche e economiche, che intendono operare nel campo della comunicazione multimediale e della promozione del prodotto audiovisivo, nel mondo del marketing dei contenuti e dell'entertainment, in tutte le sue forme espressive. Il percorso didattico è stato pensato non solo per chi è in cerca di una prima esperienza lavorativa, ma anche per quanti lavorano già nella comunicazione e cercano di cambiare settore.

## 5 / Opportunità di lavoro e sbocchi professionali

- / Agenzie di comunicazione
- / Agenzie di organizzazione eventi
- / Uffici Stampa ed Uffici stampa 2.0
- / Distribuzioni cinematografiche
- / Social Media
- / Digital Strategies
- / Canali tv satellitari
- / Canali tv streaming
- / Produzioni
- / Piattaforme digitali di distribuzione dei contenuti
- / Festival e grandi eventi
- / Film Commission

## 6 / Il programma

### I TEMI CHE TRATTEREMO DURANTE LE LEZIONI

- / Il mercato cinematografico italiano, distributori e agenzie
- / Strategie e Content Marketing per il Cinema e serie TV
- / Digital PR - Influencer Marketing
- / Ufficio Stampa e distribuzione cinematografica
- / Focus Strumenti Social
- / Publisher, blogger e giornalisti
- / Festival, Anteprime ed eventi
- / Workshop come scrivere un comunicato stampa
- / Case History Influencer
- / Case History Content marketing e promozioni

## 7 / I docenti

### Diletta Sala

**Social Media Specialist // Sky Italia**

- Social Media Management e il mondo dell'intrattenimento
- Ecosistema social di Sky
- I social: tra campagne di comunicazione e comunicazione editoriale
- Campagna di lancio della terza stagione di *Gomorra*: Spoiler killers e *Gomorra-Taffo*
- *Il Miracolo*
- Q&A

### Francesco Marchetti

**Senior Marketing Manager // 20th Century Fox Italia**

- Public Relations e Ufficio Stampa: due professioni vicine ma distinte. Quali i ruoli e quali competenze.
- Il contesto - La comunicazione culturale, limiti e potenzialità
- L'Ufficio Stampa e il marketing: come attivare una collaborazione sinergica
- Gli strumenti per comunicare: mailing list e media relations;
- Il piano di comunicazione: individuare gli obiettivi e pianificare ottimizzando costi e risultati
- I materiali: Audio/Video, Foto, Press book, Proiezioni stampa e rassegne
- Il junket: Organizzare e gestire una conferenza stampa (e i talent che partecipano) e le altre attività (Photo Call, Round table, interviste, tour);
- L'evento: individuare costi e benefici ottimizzando il budget. Organizzare l'evento massimizzando la copertura

## Barbie Xanax

### Film Critic // Web content creator // Influencer

- Definizione e sperimentazione del target
- Strategie di lancio sui diversi social
- Case studies: *A Quiet Place*, attività on e off line
- Case studies: *IT* video unboxing e promozione
- Case studies: *Unbreakable Kimmy Schmidt*, a New York con Netflix

## Davide Dellacasa

### Intervento Content Marketing e Digital Pr

- Cosa si intende con Influencer Marketing
- Influencer pay vs free: i vari metodi di "ingaggio" degli influencer
- KPI di valutazione dell'influencer marketing
- Ma la critica non dovrebbe essere l'influencer naturale del cinema?
- Case studies: Maryna per Sing
- Case studies: i Mates per *Suicide Squad*
- Case studies: Richard HTT per i 90 anni di Topolino

## Catia Donini

### Giornalista e conduttrice radiofonica

- L'ufficio stampa nel cinema
- L'ufficio stampa nel cinema: nozioni generali di gestione ufficio stampa.
- Il comunicato stampa. Caratteristiche e redazione.
- Gestione dei rapporti con i giornalisti.
- L'ufficio stampa dei festival cinematografici.
- I vari eventi: la conferenza stampa, il press tour.
- Cenni su: marketing culturale, ufficio stampa del personaggio, del film, dell'industria e dell'istituzione cinematografica.
- Esercitazione pratica in aula: redazione di un comunicato stampa.

## Marco Monsurrò

### CEO & Cinema Expert // Wepromo

- La distribuzione cinematografica in Italia: una rapida overview.
- I principali player del mercato: le major, le minimajor, gli indipendenti.
- Cos'è un P&A e a cosa serve.
- Sviluppare un comarketing: dal pitching al key concept.
- Le linee guida da seguire quando si lavora alle creatività.
- Case studies retail: Euronics, un format di successo.
- Case studies on-pack: Eurovo e i *Minions*.
- Case studies exhibitors: UCI Cinemas e le attività promozionali di presales film-based.
- Case studies content: *Mamma Mia - Ci risiamo*.
- Case studies content: *The Greatest Showman*.

## Federico Gironi

### Critico cinematografico, giornalista, programmatore di festival // Coming Soon

- Il lavoro del critico, tra necessità comunicative e ricerca linguistica.
- Le piattaforme espressive: giornali, riviste specializzate, televisione, radio, siti internet.
- La critica e il giornalismo nell'era del digitale, di internet e dei social: come e se è cambiato il nostro lavoro.
- Commenti, stelletta e faccine, ovvero la critica e il pubblico: fisiologia di un rapporto conflittuale.
- Scrivere (o fare) una recensione: perché, come, dove e per chi.
- La critica full immersion: il lavoro (d)ai festival.
- Cinema d'autore vs cinema popolare: una falsa dicotomia.

## Andrea Bighi

### Production Director // Wepromo

- Content marketing e promozioni
- Concorsi a premio, operazioni a premio perché le aziende li utilizzano.
- Gamification e user engagement: come creare una meccanica promozionale che da valore al contenuto.
- Il contenuto, i premi, i brand, come mettere tutti d'accordo.
- Cosa si può fare e cosa non si può fare.
- Case studies content e concorsi: *Pirati dei Caraibi - La vendetta di Salazar* - UCI.
- Case studies content ed eventi: *The Dinner* - Deliveroo - Vivino.
- Case Studies gamification: *Batman vs Superman*.

## Cecilia Pedroni

### Digital Communication Consultant & Digital Strategist

- Panoramica dei principali social media (FB, IG, YT, IN, Chat – principali funzionalità e formati, applicati delle strategie di comunicazione e marketing).
- Il ciclo del digital marketing (Analisi, Azione, Reazione, Interazione, Misurazione).
- Workshop – Digital Brand Identity ovvero come costruire l'identità di un progetto o un marchio nell'era digitale.
- Content Strategy e Content Curation (La strategia e la costruzione di un contenuto, la strategia editoriale e i piani editoriali, balance e community management).
- Visual & Transmedia Storytelling (Narrazione digitale cross e transmediale: come costruire un racconto efficace e duraturo attraverso la sinergia di contenuti visivi, editoriali e social).
- ADV e Social Media (Formati, contenuti, budget e pianificazione nel media mix digitale).
- Workshop – Costruzione di una strategia di lancio basata su un brief reale.

## Mauro Voltan

### Digital Marketing and film promotion // UCI Cinemas

- Il content e influencer marketing.
- I Principali fattori da considerare per costruire una strategia di Successo: contenuti, canali di divulgazione e processi per analizzarli.
- Come viene definita e eseguita una strategia dagli esercenti.
- Progetti speciali e contenuti: quali le differenze ed i punti di forza.
- Il ruolo ed il tipo degli influencer: Ambassador, piattaforme e Creator.
- Case studies di successo.

## 8 / Accedi alla selezione

1

### COMPILA IL FORM

con i tuoi dati

2

### PRENOTA UNA DATA

per il colloquio

3

### INCONTRACI

( anche via Skype )

4

### RICEVI UN FEEDBACK

dai selezionatori

5

Sei stato ammesso?  
**INIZIA LA WEPROMO ACADEMY!**

## 9 / Modalità e requisiti di ammissione

Uno degli obiettivi principali per cui abbiamo creato **Wepromo Academy** è trasmettere la nostra esperienza professionale e **far crescere nuove professionalità. Non ci sono limiti di età o sul percorso di studi di provenienza** ma chiediamo un colloquio di selezione perché vogliamo assicurarci che il percorso formativo che state per intraprendere sia davvero efficace, sia nell'approfondire il vostro bagaglio di conoscenze che nel garantirvi una guida concreta nello sviluppo del vostro percorso professionale.

**I nostri corsi sono a numero chiuso**, perché crediamo che la formazione sia prima di tutto la condivisione di un'esperienza in cui le persone e il rapporto diretto fanno la differenza.

Ci piace offrire a tutti i nostri studenti la stessa qualità e le stesse opportunità di approfondire, risolvere i propri dubbi, fare domande e dialogare con i docenti e i propri compagni di corso, per questo non accettiamo più di **25 iscritti**. Diamo la priorità a chi completa l'iscrizione per primo e una volta terminati i posti non accettiamo nuove domande.

Ai fini dell'ammissione al Master i candidati saranno selezionati sulla base del:

- **curriculum vitae**
- **colloquio motivazionale**

Nei colloqui con il tutor del corso verranno valutate le attitudini dei candidati e la loro idoneità specifica ai contenuti e al programma formativo del corso. Il colloquio potrà avvenire anche via Skype.

**/ Numero massimo di ammessi: 25**

## 10 / Stage

**Wepromo Academy** offre a due studenti la possibilità di effettuare **uno stage di tre mesi** in **Wepromo**. La selezione degli ammessi allo stage sarà effettuata con un colloquio individuale al termine del master. Chi sarà selezionato avrà l'opportunità di entrare a tutti gli effetti nel **team di lavoro dell'agenzia**, verificando sul campo le competenze acquisite durante l'Academy.

Gli ammessi allo stage riceveranno un **rimborso forfettario** per le spese sostenute.

## 11 / Costi e modalità di pagamenti

Il master prevede un costo di 1.600 € IVA inclusa.

**Wepromo Academy** offre agli studenti che s'iscriveranno **entro il 20 gennaio** uno **Special Early Bird** al costo di 1.200 €, non rateizzabili. È invece prevista la possibilità di rateizzazione per coloro che acquisteranno il corso a prezzo pieno: per avere maggiori informazioni **contattare la segreteria organizzativa al +39 327 827 1816**.

Modalità di pagamento: bonifico bancario.

# 13 / Dove e quando si terrà il master

## Location:

Il corso si svolgerà presso la sede di Wepromo in Galleria Cavour 7 a Bologna.

## Calendario

6/7 Aprile 2019

13/14 Aprile 2019

4/5 Maggio 2019

11/12 Maggio 2019

## Orari

Dalle 9:30 alle 13:30

Dalle 14:30 alle 18:30

