

FORMACIÓN IN HOUSE

CURSO 6

INTRODUCCIÓN AL TRANSMEDIA



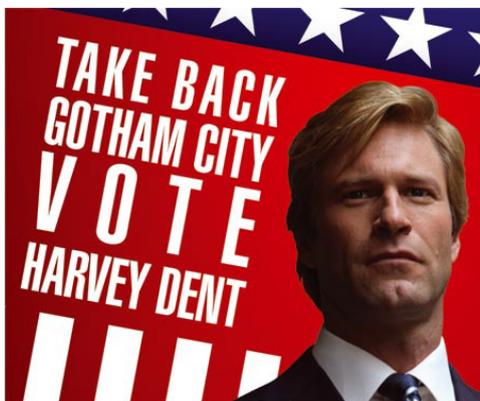
branded content
marketing association
spain

Storytelling, branded content y transmedia, son conceptos que responden tanto a la evolución tecnológica como a la del comportamiento de los consumidores, que ha cambiado más en la última década que desde que se inventó la publicidad.

La posibilidad del usuario de saltar de un contenido o dispositivo a otro, obliga a quienes producen los contenidos a pensar en todas las conexiones que pueda tener un contenido vertebral con las diferentes pantallas o medios que lo rodean. Además, el usuario digital genera contenidos a partir de los que él mismo consume.

La comunicación digital requiere la renovación completa de mentalidades, modelos de negocio y equipos humanos, la adaptación a todos estos cambios que supone paradigma on-demand debe ser completa, radical y con miras a largo plazo.

A medida que la digitalización avanza, el consumo será más on-demand, y la narrativa, las marcas que son medios y generadores de contenido, y los contenidos diseñados para expandirse en diversas plataformas y para una audiencia participativa, son el camino a seguir y serán claves en cualquier estrategia de comunicación.



ROGER CASAS-ALATRISTE

Fundador y CEO de El Cañonazo Transmedia



LUIS ALCÁZAR

Director Creativo de El Cañonazo Transmedia



CRISTIAN LIARTE

Director de Operaciones y Nuevo Negocio El Cañonazo Transmedia





CONTENIDO

- 1 El paradigma broadcast ha muerto: ¡Viva el on-demand!
- 2 Por qué somos transmedia.
- 3 La relación indisoluble entre el Branded Content y la narrativa.
- 4 Qué es la narrativa transmedia. Casos analógicos y digitales.
- 5 Del espectador al participante. Cómo integrarlo.
- 6 El profesional transmedia.
- 7 El proyecto transmedia. Cómo se diseña. Cuándo empieza y cuándo termina.



CURSO 6

Introducción al Transmedia

FORMACIÓN
IN HOUSE



BCMA es el capítulo español de la Branded Content Marketing Association, ampliamente implantada en todo el mundo. Trabajamos en la divulgación del Branded Content como herramienta de comunicación de marca complementaria a la publicidad.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

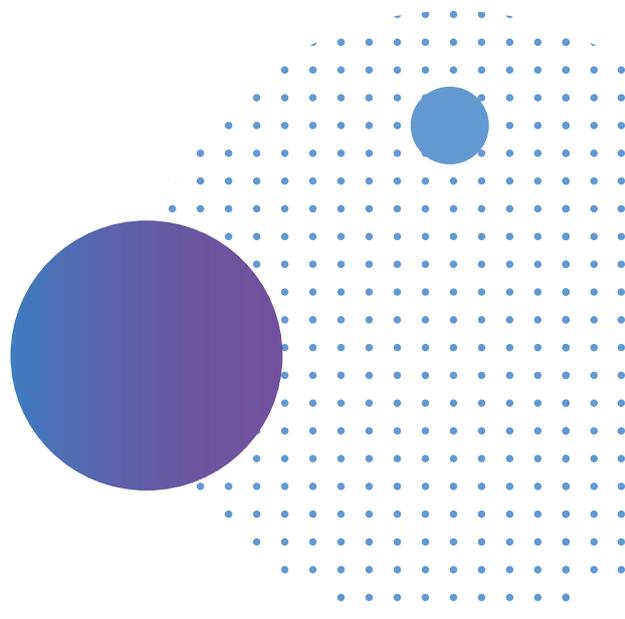
A **profesionales de la comunicación** (medios, marcas o agencias de publicidad) que desean entender la nueva conformación de los medios digitales, y el cambio de enfoque y mentalidad necesaria para comunicar a través de los mismos.

DURACIÓN

5 a 10 horas lectivas

CONTACTO

Ana Lorenzo
gerente@bcma.es



Información acerca de más cursos en www.bcma.es