

Formalización de la Matrícula

La formalización de la matrícula se podrá realizar:

- » Por teléfono: llamando a los números 91 568 96 67
- » Por fax: enviando el boletín de inscripción adjunto al número 91 563 26 32
- » Por correo electrónico: enviando sus datos a: inscripciones@ie.edu
- » A través de nuestro boletín de inscripción on-line, disponible en nuestra web: www.execed.ie.edu/openprograms

María de Molina, 27 28006 Madrid
Tel. 91 568 96 67 - Fax. 91 563 26 32
inscripciones@ie.edu
www.execed.ie.edu/openprograms

Información General

FECHAS Y LUGAR DE REALIZACIÓN

El programa se desarrollará los días 9 y 10 de Marzo de 2010 en las instalaciones de IE BUSINESS SCHOOL en Madrid, según el horario que figura en el programa.

DOCUMENTACIÓN

Todos los asistentes recibirán el material didáctico que se utilice a lo largo del programa, que servirá de consulta y de apoyo a las explicaciones de los profesores.

DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

El precio total del programa será de 1.600 euros, incluyendo las sesiones y su correspondiente documentación. Los Antiguos Alumnos de Programas Máster del IE Business School tendrán una bonificación del 10% y los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos del IE Business School del 30%. **Podrá beneficiarse de una bonificación del 5% de la cuota si realiza la inscripción y hace efectivo el pago 4 semanas antes de iniciarse el curso.**

CANCELACIONES

En caso de no poder asistir al programa, una vez formalizada la matrícula, se devolverá el 90% del importe, siempre que se comunique con al menos tres semanas de antelación a la fecha del inicio. La sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta el día anterior del inicio del programa.

ALOJAMIENTO

Con objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, el IE Business School mantiene acuerdos de colaboración con diferentes hoteles próximos a la escuela, donde se ofrecen interesantes descuentos para los asistentes al curso.

DIVISIÓN DE PROYECTOS IN-COMPANY

El Colegio de Información y Tecnologías a través de su división de Proyectos In-Company, ofrece la posibilidad de desarrollar acciones de formación y consultoría, tanto a nivel nacional como internacional, acordes con las necesidades específicas de su empresa. Pueden ampliar esta información en los teléfonos: 91 568 96 67

PARA INSPECCIÓN POSTAL ABRIR AQUÍ.



Estrategias publicitarias innovadoras para los anunciantes, en el nuevo escenario audiovisual

VIII foro de la industria audiovisual y del videojuego

www.execed.ie.edu/viii.foro.audiovisual

Foro
Sectoriales

ie business
school
Executive Education

Estrategias publicitarias innovadoras para los anunciantes, en el nuevo escenario audiovisual

VIII foro de la industria audiovisual y del videojuego

www.execed.ie.edu/viii.foro.audiovisual

MADRID
9 y 10
MARZO 2010

www.ie.edu

ie business
school
Executive Education

María de Molina, 27 28006 Madrid

Tel. 91 568 96 67
Fax. 91 563 26 32

www.execed.ie.edu/xxx

IE BUSINESS SCHOOL, escuela de negocios fundada en 1973, tiene como objetivo formar a los mejores líderes en los campos de la creación, la dirección y el asesoramiento de empresas, líderes que contribuyan a la creación de valor colectivo desde iniciativas empresariales competitivas, responsables y comprometidas con el entorno.

En este sentido, IE BUSINESS SCHOOL, a través de sus programas de Executive Education, ofrece soluciones innovadoras a directivos de empresas de todo el mundo.

Nuestro enfoque desarrolla la visión, habilidades y capacidades de gestión necesarias para afrontar con éxito los retos a los que se enfrentan las organizaciones actuales.

El modelo de formación de IE BUSINESS SCHOOL impulsa el desarrollo profesional, personal e intelectual dentro de un marco global que refuerza la perspectiva internacional de los participantes. Los programas que desarrollamos, abiertos y/o a medida de las empresas, tienen como objetivo proporcionar la mejor experiencia de aprendizaje que se traduce en un impacto directo en la gestión empresarial.

Le invitamos a formar parte de la comunidad de directivos de IE BUSINESS SCHOOL y participar de una experiencia que le posicionará en un entorno de relaciones de máximo nivel, tanto en el ámbito profesional como personal.

OBJETIVOS

Los importantes cambios que se están produciendo en la industria audiovisual permiten a los grandes anunciantes beneficiarse de un amplio abanico de posibilidades de comunicación y publicidad inexplorados hasta la fecha para impactar a sus distintos públicos objetivo.

Las empresas anunciantes se encuentran así con la posibilidad de aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías para publicitarse en los medios audiovisuales –publicidad interactiva, brand entertainment, patrocinio de contenidos, redes sociales- de explorar nuevos formatos, nuevas posibilidades de integración de su publicidad y sus marcas con los valores del contenido de los programas y, en definitiva, encontrar nuevas formas de comunicar con las audiencias de su interés.

Por este motivo IE BUSINESS SCHOOL ha organizado el VIII Foro Audiovisual en el que contaremos con la presencia de destacados profesionales del sector que expondrán a través de diferentes ponencias y debatirán distintas

mesas redondas acerca de las tendencias que están teniendo lugar en la industria audiovisual y su influencia en las decisiones de marketing y publicidad de las empresas de gran consumo.

En este Foro, conocerá a través de de los mejores expertos del sector audiovisual y de experiencias reales de anunciantes algunas de las estrategias de comunicación y publicidad que combinan el uso de distintos medios audiovisuales de mayor éxito y más actualidad. Entre ellos, destacan:

- » El Caso del Grupo Mahou-San Miguel: La viralidad y las redes sociales como herramientas para impactar al joven
- » El caso de Cuatro: La creación de una marca de entretenimiento entorno a la música. Brand Entertainment Online
- » El caso de CANAL+: La utilización de spots de Tv, acciones de internet y la interactividad digital -para realizar acciones segmentadas a través de la pantalla de TV- en una campaña de promoción altamente novedosa
- » Cómo complementar la estrategia de marketing de la marca con experiencias de usuarios. Distintos casos prácticos
- » La integración del conocimiento audiovisual en las compañías anunciantes
- » Cómo colocar los productos y las marcas en los distintos productos de las televisiones de pago. El caso de Gol Televisión
- » ¿Qué pueden ofrecer hoy las televisiones en abierto a sus anunciantes?

Asimismo, se debatirá sobre Internet como medio publicitario para las empresas anunciantes y sobre las nuevas formas en que los anunciantes pueden rentabilizar la publicidad en dos mesas redondas en la que contaremos con expertos como YAHOO!, UNIDAD EDITORIAL, MPG, YOUTUBE, VOCENTO, CUATRO, MIRADA TV y PRUSLAND

A QUIÉN VA DIRIGIDO

El programa está dirigido a los grandes anunciantes, muy interesados en estos momentos en mejorar sus estrategias de marketing y comunicación teniendo en cuenta todos los cambios que se están produciendo en el sector audiovisual y las nuevas posibilidades que ofrece para la comunicación y la publicidad de sus productos en estos medios.

Asimismo está dirigido a todas las empresas del sector audiovisual, especialmente a los medios de comunicación, interesados en ampliar su oferta de formatos publicitarios para seducir a los anunciantes, así como en mejorar sus propias estrategias de marketing y comunicación.

Programa

Estrategias publicitarias innovadoras para los anunciantes, en el nuevo escenario audiovisual

Martes, 9 de marzo

09.15 Acreditación y recogida de documentación Apertura de la sesión y moderación de la Jornada
D. Ricardo Pérez, Director Programa Master of Management in ICT, **IE BUSINESS SCHOOL**

09.30 a 10.15 ¿QUÉ PUEDEN OFRECER HOY LAS TELEVISIONES EN ABIERTO A SUS ANUNCIANTES?
» Nuevos formatos
» Integración de la publicidad en los valores del programa vs. orientación a la cuota de pantalla
» Nuevas posibilidades de asociación de marcas y anunciantes
» Venta multiplataforma
D. Juan Carlos de Ory, Director Comercial, **TELECINCO**

10.15 a 11.00 LA PUBLICIDAD Y OTROS MODELOS PROMOCIONALES PARA LOS ANUNCIANTES EN LA TELEVISIÓN DE PAGO
» Cómo colocar los productos y las marcas en los distintos productos de las televisiones de pago
» El caso de Gol TV
D. Ignacio Arrola, Director Comercial, Marketing y Nuevos Medios, **GOL TELEVISIÓN (GRUPO MEDIAPRO)** y Profesor Asociado, **IE Business School**

11.00 a 11.30 Café

11.30 a 12.15 CASO PRACTICO: MIXTA; LA VIRALIDAD Y LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS PARA IMPACTAR AL JOVEN (MAYOR DE 18 AÑOS)
» Que es mixta
» Construcción de la estrategia on line de la marca
» Learnings: Innovación y creatividad como factores clave
» Resultados
D. Alejandro Arranz Stancel, Jefe de Marketing Relacional, **GRUPO MAHOU SAN MIGUEL**

12.15 a 1400 DEBATE: ¿QUÉ PUEDEN ESPERAR DE INTERNET COMO MEDIO PUBLICITARIO LAS EMPRESAS ANUNCIANTES?
Los medios están cambiando: la prensa pierde lectores cada día; la radio, oyentes y la tele ve como su audiencia se fragmenta y cambian los hábitos de consumo de contenidos. En este entorno el público es cada vez menos receptivo a la publicidad, pero surge un nuevo medio: Internet. Y con él, nuevas formas de hacer llegar los mensajes comerciales a los clientes ¿Cómo podemos aprovechar esta oportunidad para sacarle el máximo provecho? En torno a

este eje debatiremos sobre cuestiones como: ¿Son efectivos los banners? ¿Cuál es la mejor forma de tarifar CPM, CPC, CPA,...? ¿Son efectivos los buscadores para hacer branding?
Moderador: D. Ignacio Somalo, Profesor Asociado, **IE BUSINESS SCHOOL**
D. Roberto Campo, Commercial Director, **YAHOO! SPAIN**
D. Manuel Álvarez de la Gala, Strategy Manager, **MPG**
D. Jaime de Toro López-Pazo, Director Área Publicidad Internet y TV, **UNIDAD EDITORIAL**
Dña. Florence Conti, Directora Web, **CUATRO**

14.00 a 15.15 Almuerzo
Moderación de la tarde:
D. Julián de Cabo, Subdirector General, **IE BUSINESS SCHOOL**

15.15 a 16.00 LA NECESIDAD PARA LOS ANUNCIANTES DE ESTAR EL MEDIO ONLINE Y CONOCER SUS HERRAMIENTAS. EL CASO SPANISH MOVIE
» Posicionamiento en buscadores, marketing SEO, SEM
» Redes sociales
» Publicidad Medios On-Line
» Acciones Virales
D. Gonzalo Ortiz, Socio fundador de **GLOBALIZA.COM** y **TRAZADA INTERNET MARKETING**

16.00 a 16.45 CASO PRÁCTICO: LAS POSIBILIDADES DEL BRAND ENTERTAINMENT ON LINE
El Brand Entertainment en medios sociales nos permite complementar la estrategia de marketing de la marca con experiencias de usuarios, a través de acciones originales que nos permitan comunicar la imagen de marca a nuestro target de una forma no intrusiva y amena para el usuario
D. Eduard Corral, Socio-Fundador y CEO, **BLOGUZZ**

16.45 a 17.30 CASO PRÁCTICO: CUATRO Y EL BRAND ENTERTAINMENT ON LINE
» Puro Cuatro: Creación de una marca de entretenimiento en torno a la música
» Lanzamiento del proyecto: on line y off line
» Objetivos: información, participación y creación de una comunidad
» Generación de ingresos: editorial, venta de música, merchandising, publicidad y patrocinios
Dña. Arancha Ferreira, Directora de Productos Derivados, **CUATRO**

17.30 a 19.00 MESA REDONDA: NUEVOS MEDIOS PARA RENTABILIZAR LA PUBLICIDAD
Moderador: D. Guillermo de Haro, Profesor, **IE BUSINESS SCHOOL**
Los contenidos audiovisuales son cada vez con más frecuencia consumidos bajo demanda o a la carta, y esto ha cambiado la manera en que las empresas pueden anunciarse en medios audiovisuales. Internet está desarrollando alternativas para los anunciantes: contenidos patrocinados, contenidos gratuitos con publicidad, publicidad interactiva insertada

en los contenidos, y otras fórmulas que ya se están utilizando con éxito
D. Juan Pita, Director, **PRUSLAND**
D. José Luis Vázquez, CEO, **MIRADA TV**
D. Álvaro Nuñez, Director de Comunicación No Convencional, **MPG (Grupo Havas)**
D. David Moreno, Director de Internet de Medios Nacionales, **VOCENTO**
Dña. María Ferreras, Directora de Alianzas Estratégicas, **YOUTUBE**

19.00 Fin de la Primera Jornada

Miércoles, 10 de marzo

Moderador de la Jornada:
D. Julián de Cabo, Subdirector General, **IE BUSINESS SCHOOL**

09.30 a 10.30 TODAS LAS EMPRESAS SERÁN AUDIOVISUALES: LA INTEGRACIÓN DEL CONOCIMIENTO AUDIOVISUAL EN LAS COMPAÑÍAS
De la comunicación persuasiva, al entretenimiento persuasivo
Cómo gestionar el entretenimiento en el punto de venta
D. Javier Reyero, Socio Consultor, **ASSET MEDIA** y Profesor Asociado, **IE BUSINESS SCHOOL**

10.30 a 11.30 CASO PRÁCTICO: ¿SON LOS MÓVILES UNA PLATAFORMA DIFERENCIADA O SOLO UN DISPOSITIVO DISTINTO PARA ACCEDER A LO YA EXISTENTE?
» Los móviles como componente fundamental de los Servicios y Contenidos Digitales
»Cuál es su papel en los planes de digitalización de las empresas y sus carteras de productos y servicios
» El rol del móvil en el Plan de Digitalización y Convergencia de Medios Audiovisuales en Castilla y León 2009 – 2011
D. Marcos Eguillor, Profesor Asociado, **IE BUSINESS SCHOOL**

11.30 a 12.00 Café

12.00 a 13.00 BRANDED CONTENT. ADVERGAMING. Las posibilidades de comunicación en los videojuegos
D. Juan José González López-Huerta, Director de Marketing, **ELECTRONIC ARTS IBERIA**

13.00 a 14.00 PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN PARA EMPRESAS DE SERVICIOS EN EL NUEVO ESCENARIO TECNOLÓGICO. EL CASO DE CANAL+
En esta ponencia se analizará el caso del Servicio iPlus y los canales HD de Canal+. La utilización de spots de Tv, acciones de internet y la interactividad digital -para realizar acciones segmentadas a través de la pantalla de TV- en una campaña de promoción altamente novedosa.
D. Ignacio de Pinedo, Director de Estrategia, **DIGITAL+/CANAL+**

14.00 Clausura del Foro

Director del Programa

FERNANDO DE MIGUEL

Consejero Delegado y Director General de Zinkia Entertainment. MBA por IE Business School, P.S. Dirección Empresas Audiovisuales, IE BUSINESS SCHOOL. Diplomado en Producción Audiovisual, CEV. Licenciado en Derecho por la UAM. Anteriormente ha trabajado como Consultor de Corporate Finance y Business Development para un variado espectro de compañías de los sectores de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información, Media y Audiovisual.

