

There are no translations available.



"En cuestión de marcas, think diferent. Si te gusta conducir, ya sabes; si no, keep walking y ven a los Branding Days". Con este lema, la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid invita a los estudiantes al primer evento universitario sobre branding los días 17 y 18 de enero.

Branding Days es el primer simposio celebrado en un entorno estrictamente académico. Las profesoras de la UCM [Paloma Díaz Soloaga](#) y [Nuria Villagra García](#) dirigen estas jornadas de comunicación encaminadas a analizar este concepto en el entorno empresarial y alejado de los postulados más convencionales.

Para ello, **los días 17 y 18 de enero expertos en esta materia junto con los directores de reputación, marca y comunicación de las principales empresas españolas debatirán y expondrán a través de mesas redondas y ponencias, la situación y la dirección del «branding» en el mercado global**. Entre otros, van a estar presentes Pablo Aranguren de Telefónica, Pilar Marques de Repsol, Angélica Hernández de Mixta o Javier San Miguel de Hoss Intropia, quienes desvelarán los entresijos de este campo así como sus principales estrategias de actuación. Por su parte, Borja Borrero de Interbrand – empresa líder de branding en España – nos acercará a este concepto a través de sus experiencias

personales en el ámbito laboral.

El objetivo de estas jornadas, patrocinadas por Mixta y por Marcas que piensan, es **acercar a los profesionales especializados, docentes, investigadores y estudiantes de publicidad y comunicación las últimas tendencias del sector y explicar cómo las empresas se enfrentan a los nuevos retos de branding y comunicación**

. Se trata de un marco ideal para compartir ideas y para poner sobre la mesa las últimas novedades del concepto marca.

El branding es un concepto, que aunque para muchos es desconocido, es clave en el entorno empresarial. Su objeto de estudio es el proceso de construcción de la marca y cómo a través de la configuración de ésta, se puede influir directamente en los hábitos del consumidor a través de la creación de experiencias y sensaciones únicas.

Para más información y clipping:

- [PROGRAMA BRANDING DAYS](#)
- [CARTEL BRANDING DAYS](#)
- [Tribuna Complutense: Branding, que es gerundio \(26/01/2012\)](#)
- http://www.expansion.com/2012/01/17/entorno/aula_abierta/1326806632.html
- http://www.expansion.com/2012/01/12/entorno/aula_abierta/1326380921.html

NUEVO: Imágenes del evento

```
{AG thumbWidth="200" thumbHeight="120" thumbAutoSize="none" arrange="priority"
backgroundColor="ffffff" foregroundColor="808080" highlightColor="fea804" frame_width="500"
frame_height="300" newImageTag="1" newImageTag_days="7" paginUse="1" }
```

paginImagesPerGallery="10" albumUse="1" showSignature="0" plainTextCaptions="1"
template="classic" popupEngine="pirobox"}/BrandingDays{/AG}