

There are no translations available.



**BRANDING
DAYS** 17-18
MARZO
2015

Co-creación significa que las marcas las defines tu también, ¿lo sabías?

Durante dos jornadas hablaremos de como hoy día las marcas las diseñamos entre todos. Ha llegado la "Edad del TÚ" para el branding, una edad en la que las marcas se definen en torno a ti y a tu ecosistema ¿o deberíamos decir "mecosistema"? Hoy día la capacidad de adaptación y evolución de las marcas es más importante que nunca. No pierdas la oportunidad de entender cómo.

Más información en www.ccnf.es/gestiondemarcas

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN (SALÓN DE ACTOS EDIFICIO NUEVO)

ORGANIZAN: Interbrand, Universidad Complutense de Madrid, Universidad Carlos III de Madrid

COLABORAN: CORPORATE EXCELLENCE, CENTRO POR REPUNCIÓN LUCERNO

PATROCINA: Santander

Las Jornadas Branding Days vuelven a la Universidad Complutense los próximos 17 y 18 de marzo.

[PROGRAMA IV EDICIÓN BRANDING DAYS](#)

Branding Days es el primer simposio académico que analiza las **últimas tendencias en branding en el entorno empresarial.**□

Este año la temática central versa sobre la

Co-Creación de Marcas

. Durante dos días, los asistentes podrán escuchar las últimas tendencias sobre branding y la repercusión de una verdadera conversación con sus públicos. El objetivo:

comprender cómo hoy en día a las marcas las define uno mismo.

Branding Days tiene una premisa básica: desde la Universidad es imprescindible formar a las nuevas generaciones en esta área con gran demanda y proyección en el mercado laboral. Las Jornadas Branding Days en la Universidad Complutense, celebran su cuarta edición y se centran en las CO-CREACIÓN DE MARCA. Son unas jornadas que buscan anualmente acercar esta apasionante disciplina a estudiantes y profesorado de la Facultad de Ciencias de la Información y ser un espacio de encuentro entre la práctica profesional y la Universidad.

Este año asistirán empresas de diferentes sectores para explicar cómo el usuario es capaz de influir en el desarrollo de las marcas: **Interbrand, PwC, Google, Fon, Santander, Brand Union, Alegro 234, Ecovidrio, Villafañe & Asociados, Venta Privee o Springfield, entre otras, comentarán qué están haciendo para adaptarse y evolucionar continuamente.**

Branding Days es una iniciativa impulsada por la Facultad de Ciencias de la Información y el **Grupo de Investigación de Gestión de las Marcas y Procesos de Comunicación.**

Cuenta con la colaboración de

Interbrand

, la multinacional de branding líder a nivel mundial, y el apoyo de

[Corporate Excellence-Centre for Reputation Leadership](#)

, laboratorio de ideas para la gestión de intangibles en las empresas.

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.

Descargate el programa y accede a toda la información:

[PROGRAMA IV EDICIÓN BRANDING DAYS](#)