

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.

Los días 13 y 14 de marzo son los elegidos para el desarrollo de unas jornadas repletas de expertos: **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**.

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 BRANDING DAYS 2013](#)
- [NOTA DE PRENSA BRANDING DAYS 2013](#)
- [DOSSIER BRANDING DAYS 2013](#)