



Las Jornadas Branding Days vuelven a la Universidad Complutense los próximos 13 y 14 de marzo.

NUEVO: [ENLACE AL CUESTIONARIO PARA LA OBTENCIÓN DE CRÉDITOS](#) (ABIERTO HASTA EL MARTES, 18 DE MARZO, A LAS 23:59).

[PROGRAMA III 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 las marcas con valores. Durante dos días, los asistentes podrán escuchar las últimas tendencias sobre branding, la relación de las marcas globales con sus stakeholders y la incidencia de la RSC en la gestión de la marca. Asimismo, las jornadas desarrollarán una mesa especial que tratará la transformación de Iberia. Para ello,

asistirán los principales responsables de la aerolínea y de Interbrand, la agencia encargada de este trabajo y patrocinadora de Branding Days.

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 tercera edición y se centran en las MARCAS CON VALORES. 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 hablar de gestión de marcas globales (Santander, Nespresso, Swarovski, Telefónica e Iberdrola) y sobre marcas con valores (Mapfre, Plan BET, Philips y Mahou-San Miguel). Además, se presentarán diferentes estudios relacionados con el Branding y la aportación de las empresas a la sociedad a través del desarrollo de RSC, así como la relevancia de la identidad en la contribución a las marcas responsables.

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, comunicación y responsabilidad social 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 III EDICIÓN BRANDING DAYS](#)