

AEDEMO-IE BUSINESS SCHOOL

presentan

EL DÍA DE LAS MARCAS

Descubre las novedades en Marketing, Investigación, Comunicación y Medios que están generando el crecimiento de las marcas



Madrid, 2 de Noviembre de 2009

ORGANIZAN



PATROCINA



COLABORA



Presentación

AEDEMO y el **IE Business School** organizan “**El día de las marcas**” con el objetivo estratégico de dar respuesta y potenciar el intercambio de experiencias desde las Marcas, la Investigación, el Marketing, la Comunicación y los Medios.

Durante esta Jornada se pretende que reconocidos especialistas de los distintos campos presentes en el universo de las marcas, nos aporten las novedades que están utilizando para el crecimiento y desarrollo de las mismas. Se trata principalmente de que hablen las marcas.

- El objetivo de esta Jornada es analizar la situación de las marcas dentro del nuevo “ecosistema” en que se encuentran.
- Vamos a compartir y discutir con la audiencia un abanico de novedades estratégicas y tácticas para defender el territorio de una marca o incluso para favorecer su desarrollo y crecimiento.
- En esta Jornada se mostrará un variado conjunto de herramientas que han ayudado a mantener o fortalecer la posición de una marca dentro del mercado.
- Todas las marcas compiten por entrar en nuestras mentes y dejar huellas que nos impulsen a comprarlas. Las marcas exitosas consiguen dejar impresiones positivas en nuestras neuronas, en nuestro cerebro.
- Las grandes marcas ejercen una fuerza poderosa sobre los compradores. Son como un imán que les atrae inevitablemente; y todo ello gracias a que:
 - han conseguido sincronizar la energía de todos los departamentos de la compañía,
 - han creado un vínculo emocional con el consumidor,
 - y han ofrecido unas pautas claras para “seducir” al comprador en el punto de venta.
- En el contexto actual es muy importante entender las claves y las mejores prácticas para defender el liderazgo de una marca o para alcanzarlo.
- Participarán ponentes procedentes de múltiples categorías de productos y servicios y que hablarán en nombre de las marcas.

Programa

- 10.00 **Recepción de los asistentes**
- 10.30 **APERTURA DE LA JORNADA**
Pepe Martínez
Miembro de la Junta de AEDEMO y Client Service Director de MILLWARD BROWN SPAIN
- Teresa Serra*
Directora del Área de Marketing y Profesora de Marketing del IE BUSINESS SCHOOL
- 10.45 **MÓDULO 1:**
Marcas que conectan
(Las marcas y el gran público)
- Introducción y moderación:**
Carmen Abril
Socia-fundadora de “Marketingthinking” y Profesora del Área de Marketing del IE BUSINESS SCHOOL
- Mesa redonda:**
Ángel Alloza
Director de Marca y Reputación del GRUPO BBVA
- Carmen Dato*
Consumer Insight de VODAFONE
- Marta Fontcuberta*
Creative Excellence & IMC Manager de COCA-COLA
- Jean Cristophe Lesbros*
Director de Marketing Gran Consumo de GALLINA BLANCA
- Marta Vernet*
Innovation Marketing Director de DANONE
- 12.15 **COFFEE BREAK**
con la colaboración de 

Programa

12.45

MÓDULO 2:
Marcas que batan records
(Las marcas y el mundo del deporte)

Introducción y moderación:

Michael Hess

Profesor de Sport Marketing en el IE BUSINESS SCHOOL y ex-director de Marketing de ADIDAS

Mesa redonda:

Carlos Gracia

Director General de IBERIA HAVAS SPORT & ENTERTAINMENT

Javier Herrero-Velarde

Director de Marketing de MAHOU SAN MIGUEL

Juan Pablo Molinero

Director de Marketing del VALENCIA CF

Luis Cadarso

Director de Patrocinios del BBVA

Antonio Yuncal

Director de Comunicación de AMERICAN NIKE

14.15

COCKTAIL

Programa

16.00

MÓDULO 3: **Marcas que marcan** **(Las marcas y el lujo)**

Apertura

Enrique Sánchez de León
Director General de APD

Introducción y moderación:

Susana Campuzano
Socia Fundadora y Directora de LUXURY ADVISE y Directora
del Programa de Dirección y Gestión Estratégica del Universo
del Lujo del IE BUSINESS SCHOOL

Mesa redonda:

Juan Pedro Abeniagar
Director General del Grupo LVMH para España y Portugal, Pre-
sidente de Loewe Perfumes y Consejero Delegado de Dior
Moda para España y Portugal

Nicolas Gigaud
B2B Commercial Manager de NESPRESSO

Marisa de Madariaga
Consejera Delegada de EL LABORATORIO

David Perdomo
Director de Marketing de Turismos MERCEDES BENZ ESPAÑA

Tello Villarrubia
Consumer Insight & Market Research Manager de PERNOD
RICARD ESPAÑA

18.00

CLAUSURA DE LA JORNADA

A cargo de:

José Carlos Gutiérrez Vigar
Presidente de AEDEMO y Consejero Delegado de ALMA MEDIA

Teresa Serra
Directora del Área de Marketing y Profesora de Marketing
del IE BUSINESS SCHOOL

Información

Dirección y coordinación

Pepe Martínez
Miembro de la Junta de AEDEMO

Teresa Serra
IE BUSINESS SCHOOL

Comité de Programa

Junta de AEDEMO

Teresa Serra
IE BUSINESS SCHOOL

Lugar y fechas

IE BUSINESS SCHOOL
C/ María de Molina, 11
28006 Madrid

Lunes, 2 de Noviembre de 2009

Cuota de inscripción

**Socios AEDEMO/ APD/
Alumnos o ex alumnos
del IE Business School**
275 € + 16% IVA

No socios
375 € + 16% IVA

Se hace efectiva mediante:

- Envío talón nominativo adjunto nº
- Transferencia a cuenta bancaria de AEDEMO (Rogamos envío copia orden de transferencia)

CAIXA DE CATALUNYA

Entidad: 2013 Oficina: 0100
D.C. 53 C/C 0200290648

Cancelaciones

Por motivos de organización y reserva, las cancelaciones deberán realizarse con 48 horas de antelación del inicio del acto. En caso contrario, deberá abonarse el importe íntegro de la inscripción.

Información e inscripciones

AEDEMO. Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión

Entença, 332-334, 8º. 08029 Barcelona

Tel. 93 363 10 50

Fax. 93 363 10 56

<http://www.aedemo.es>

e-mail: aedemo@aedemo.es

Imprescindible complimentar boletín de inscripción en nuestra página web

www.aedemo.es