

SEMINARIO DE MEDIOS 2010

(12^a edición)



COLABORA



Madrid, 25 y 26 de noviembre de 2010

Presentación

Hoy, ahora, es necesario reflexionar sobre lo que ha sucedido, y más sobre lo que está sucediendo. Y entenderlo. Ver más allá. El consumo general vive una época de recesión; la inversión publicitaria ha caído; la televisión está experimentando un profundísimo cambio que repercute en el resto de los medios, pero **¿qué medios?** (De la “Llamada a ponencias”).

J.- Eso, ¿qué medios?

P.- ¡Cómo que qué medios! Pues...los medios; tampoco creo que necesite mucha más explicación.

J.- Sí que la necesita. Es que los medios ya no son lo que eran.

P.- De eso nada. Los medios están ahí, vivos y activos como siempre. Aportando toneladas de audiencia y de capacidad de seducción.

J.- Pero las nuevas tecnologías han abierto un mundo de nuevas posibilidades y nuevas formas en la comunicación publicitaria con un consumidor que también es nuevo en buena medida.

P.- Sí, pero eso es otra cosa. Ahora hay más medios, con nuevas potencialidades de complementariedad y de eficacia.

J.- Todo esto requiere más discusión y profundidad.

P.- Pues vamos a discutirlo.

J.- ¿Cuándo y dónde?

P.- En el **Seminario de Medios, en Madrid, el 25 y 26 de Noviembre.**

J.- Vale. Pues quedamos y lo discutimos.

P.- De acuerdo. Allí nos vemos.

LOS COORDINADORES

Programa

Jueves, 25 de Noviembre

9.00

Inscripción y recogida de documentación

9.30

SESIÓN 1. Moderador: *Juan Luis Méndez*, AEDEMO

Ponencia inaugural: ¿EXISTE UN PLAN B?

Luis Gómez, Director de Marca y Reputación Corporativa, IBERDROLA

LA SELVA NO ES EL ZOO. EL DÍA EN QUE LA INVESTIGACIÓN HIZO COMUNICACIÓN.

Luis Tamayo, Cofundador de INSIGHTERS EXPERIENCE

Andrés González Llamas, Cofundador de INSIGHTERS EXPERIENCE

¿CÓMO SE MIDE UN 'STORYTELLING' SOBRE MÚLTIPLES MEDIOS?

Ignasi Vendrell, Presidente de BEST RELATIONS

¿QUÉ QUIEREN LAS MUJERES? INTERNET TIENE TODAS LAS RESPUESTAS.

Maite González, Directora de Investigación, YAHOO! ESPAÑA

Teba Lorenzo, Directora de Ventas, YAHOO! ESPAÑA

COLOQUIO

11.30

PAUSA-CAFÉ

12.00

SESIÓN 2. Moderadora: *Paz Álvarez*, Directora de Investigación, UNIDAD EDITORIAL

Mesa Redonda: LA MEDICIÓN DE AUDIENCIAS EN INTERNET

Participantes:

Gustavo Núñez, Director General, NIELSEN ONLINE

Jaime Agulló, Director General, COMSCORE

Luis Fernando Ruiz Bedoya, Director de Planificación y Nuevos Proyectos, BBVA

Carlos Bravo, Director Marketing Estratégico, GRUPO ZETA, S.A.

Alfonso Sánchez, Director de I+D, STARCUM

14.00

ALMUERZO

16.00

SESIÓN 3. Moderadora: *M^a Carmen Marco*, Directora General Madrid, RBA REVISTAS, S.L.

MALIBÚ Y RADIO MALIBOOMBOOM: CUANDO LA MARCA CREA SU MEDIO.

David Esquinas, Director de Investigación y Recursos Estratégicos, OPTIMEDIA

Kiko Fuentes, Director de Contenidos, OPTIMEDIA

3, 6, 9.

Claudio Martínez, Consultor, BLUE PENCIL IDEAS

ABC SE RENUEVA: DE LA MARCA AL CLIENTE.

José M^a de la Guía, Director Área de Marketing, ABC

“EFECTO ECO”, ECO, CO, OOO...

Macarena Estévez, Socia Consultora, CONENTO

COLOQUIO

Programa

Viernes, 26 de Noviembre

9.30

SESIÓN 4. Moderador: *Pepe Martínez*, Managing Director, MILLWARD BROWN SPAIN, S.A.

EL RETO DE *paginasamarillas.es*. LA CAMPAÑA Y SU MEDICIÓN, EL RESULTADO DE UN TRABAJO EN EQUIPO.

Berta Marcos, Gerente de Investigación, YELL PUBLICIDAD

Pablo Gómez, Director de Equipo, MILLWARD BROWN SPAIN, S.A.

INTERNET EN MEDIO DE LOS MEDIOS.

José Andrés Gabardo, Director Técnico, AIMC

DEMOSTRANDO LA EFICACIA DE LOS iGRPs.

Cristina Valbuena, Marketing Director, ADCONION MEDIA GROUP

Cristina Viudez, Director Business Planning, MINDSHARE

IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. IDEAS PARA AFRONTAR EL CAMBIO EN NUESTRO SECTOR.

Paloma Martín, Senior Manager, ACCENTURE

COLOQUIO

11.30

PAUSA-CAFÉ

12.00

SESIÓN 5. Moderador: *José Carlos Gutiérrez*, Presidente AEDEMO, Consejero Delegado ALMA MEDIA, S.A.

Mesa Redonda: ESTRUCTURA Y MODELO DE NEGOCIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL.

Participantes:

José Manuel González Pacheco, Director General, ANTENA3 MULTIMEDIA

José Luis Hazas, Director General, CM VOCENTO

Javier Rodríguez Zapatero, Director General, GOOGLE ESPAÑA

Rafael de los Santos, Director Business Development, PRISA DIGITAL

Alejandro de Vicente, Director General de Publicidad, UNIDAD EDITORIAL

14.00

ENTREGA DEL PREMIO A LA MEJOR PONENCIA

14.15

COCKTAIL DE DESPEDIDA

Coordinadores

Paz Álvarez, Directora de Investigación, UNIDAD EDITORIAL
Juan Luis Méndez, AEDEMO

Lugar de celebración

MADRID

Hotel Rafael Atocha
Méndez Álvaro, 30. 28045 Madrid

Cuota de inscripción

	Hasta 12/11/10	Después 13/11/10
Socios AEDEMO: 1er. inscrito	530 € + 18% IVA	580 € + 18% IVA
Socios AEDEMO: 2º y suc.	480 € + 18% IVA	535 € + 18% IVA
No Socios AEDEMO: 1er. inscrito	650 € + 18% IVA	720 € + 18% IVA
No Socios AEDEMO: 2º y suc.	600 € + 18% IVA	680 € + 18% IVA
Socios Junior de AEDEMO	50 € + 18% IVA	70 € + 18% IVA
Becas estudiantes universitarios	100 € + 18% IVA	120 € + 18% IVA
Profesores Universitarios	150 € + 18% IVA	180 € + 18% IVA

La inscripción debe hacerse efectiva antes del Seminario y sólo se considerará en firme una vez recibido el cheque o transferencia.

Alojamiento

VIAJES EL CORTE INGLÉS, en cualquiera de sus Delegaciones, realizará las reservas de alojamiento y viajes. Para más información puede consultar nuestra página web (www.aedemo.es) en el apartado de seminarios o bien contactar telefónicamente con Viajes El Corte Inglés al 91 330 07 55 y preguntar por Teresa Martín.

Información e inscripciones

AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión)

Entença, 332-334, 8º., 5ª. 08029 Barcelona.

Tel. 93 -363 10 50 Fax. 93 - 363 10 56

Http: [//www.aedemo.es](http://www.aedemo.es)

e-mail: aedemo@aedemo.es

Anulaciones

A partir del **14 de Noviembre de 2010** se devolverá únicamente el 10% del importe.