



BRANDING DAYS

13-14
MARZO
2014

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

Aerolíneas, aseguradoras, cerveceras,
bancos, energéticas, telecom, joyerías...
Marcas que crean valor y lo devuelven a
la sociedad: Marcas con Valores.

Dos jornadas para debatir como las compañías gestionan sus marcas como activos de valor también para la sociedad. Para ello contaremos con la visión de importantes profesionales del Branding y representantes de algunas de las principales empresas españolas e internacionales.

Más información en www.ccinf.es/gestiondemarcas

ORGANIZAN

COLABORAN

PATROCINA

Interbrand



FUNDACIÓN COMPLUTENSE

CORPORATE
EXCELLENCE



CENTRE FOR REPUTATION LEADERSHIP

IBERIA



SWAROVSKI



BRANDING DAYS

13-14
MARZO
2014

Tras décadas de trabajar las Comunicaciones Integradas de Marketing y los conceptos de Reputación y de Identidad Corporativa, el Branding despunta como una nueva disciplina integradora que conduce a las empresas e instituciones a la creación de marcas fuertes y valiosas.

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.

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 y 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.

Dirigido a: Estudiantes de Comunicación y Empresariales de la UCM. Con la concesión de créditos UCM. (1,5 créditos alumnos de grado y 2 créditos alumnos licenciatura). La información relativa a la recogida de certificados de créditos será actualizada en www.ccinf.es/gestiondemarcas

Lugar: Facultad de Ciencias de la Información (Edificio Nuevo). Aforo limitado.

Para más información: brandingdays.ucm@gmail.com

Precio: 30 €.

MATRICULACIÓN

1. Se realizará el ingreso de 30€ vía transferencia o tarjeta de crédito en la cuenta Bankia abajo indicada. Imprescindible indicar nombre y apellidos del interesado así como el título de las Jornadas BRANDING DAYS.

- Beneficiario: Fundación General UCM.
- Nombre del banco: BANKIA.
- Dirección: Donoso Cortés, 80 / 28015 Madrid.
- N° Cuenta: ES90 2038/1735/91/6000402693.

2. A continuación se enviará a la Unidad de Congresos de la Fundación Complutense –por fax (913946405) o correo electrónico (congresosfg@rect.ucm.es)– el comprobante bancario y los datos que aquí se señalan:

- Nombre y dos apellidos.
- Carrera y Curso (indicar si se cursa licenciatura o grado).
- Correo electrónico.
- Teléfono móvil.
- Modo de conocimiento de BRANDING DAYS.
- Indicar si se desea conseguir los créditos Complutense

JUEVES 13 MARZO

09:30. **Entrega de Materiales y bienvenida.**

10:00. **Inauguración.**

- Carmen Pérez de Armiñán, Decana de la Facultad de CCII.
- Raúl Eguizábal Maza, Director Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I, Facultad de CCII.
- Paloma Díaz Soloaga y Nuria Villagra García, Directoras de las Jornadas.

10:15. **Branding: una visión holística**

Fernando Sagastume, Design Director, **Interbrand**.

11:15. **La salud del branding en España.**

Almudena Clemente, Strategy Director **Brand Union**.

12:00. **Descanso.**

12:15. **Mesa Redonda. Gestión de marcas globales. Los retos de la comunicación con los stakeholders.**

- Moderadora: Nuria Villagra García, Profesora titular de Gestión de Marca. Facultad CCII, UCM.
- Isabel García Sánchez-Valiente, Directora de Marca e Investigación Corporativa, **Santander**.
 - Jaime de la Rica, Marketing Manager, **Nespresso**.
 - Daniel Huguet, Head of Marketing Spain and Portugal, **Swarovski**.
 - Representante de la unidad GCMO, **Telefónica**.
 - Luis Gómez, Director de marca y reputación corporativa, **Iberdrola**.

14:00. **Almuerzo.**

16:00. **Mesa Redonda: Iberia despegando de nuevo.**

- Moderador: Abel Monfort, Profesor de Reputación corporativa, **Centro Universitario Villanueva**.
- Carolina Martinoli Issler, Directora de Marketing, **Iberia**.
 - Borja Borrero, Executive Creative Director EMEA (West Europe) & LatAm, **Interbrand**.

VIERNES 14 MARZO

10:00. **La relevancia de la identidad y su contribución a las marcas responsables.**

Ángel Alloza, CEO **Corporate Excellence-Centre for Reputation Leadership**.

11:00. **RSC: ¿qué valor aportan las empresas a la sociedad?**

- Belén López Vázquez, **ESIC, Business & Marketing School**.
- Nuria Villagra García, **Universidad Complutense de Madrid**.

12:00. **Descanso.**

12:15. **Mesa Redonda: RSC: marcas con valores.**

- Moderadora: Paloma Díaz Soloaga, Profesora Facultad CCII, UCM. Directora Título Comunicación y Gestión de la Moda, Centro Universitario Villanueva.
- Clara Bazán, Directora de Responsabilidad Social, **Mapfre**.
 - Esther Trujillo, Socia fundadora de **PlanBET Estrategias S.L.**
 - Ángeles Barrios, Directora de Marca, Comunicación y Digital, **Philips Ibérica**.
 - Beatriz Herrera, Gerente de Responsabilidad Corporativa **Mahou San Miguel**.

13:30. **Clausura de la jornada y entrega de certificados.**

Juan Benavides Delgado, Catedrático UCM. Director del Grupo de Investigación de Gestión de las Marcas y Procesos de Comunicación.