

Fecha: Viernes 10 de Noviembre de 2006	Medio: Bureau News	Sección: Eventos
Página: -	Tipo de Medio: Newsletter	Formato: Breve

Primera Jornada de Branding

"Detrás del telón, una marca"

Buenos Aires, noviembre de 2006.- Topbrands Argentina, calificadora de marcas de origen británico, junto a AmCham (Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina), llevará a cabo el 29 de noviembre la Primera Jornada de Branding en el Alvear Palace Hotel.

The Economist acompaña este encuentro en calidad de Main Sponsor, que cuenta con el apoyo de: AAP, (Asociación Argentina de Agencias de Publicidad), AAM (Asociación Argentina de Marketing), AMDIA (Asociación de Marketing Directo e Interactivo de la Argentina) y CPRPRA (Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina).

Bajo el lema "Detrás del telón, una marca", se buscará nutrir a los ejecutivos que cargan de valor a las marcas con las tendencias y casos más importantes de la actualidad.

Algunos de los expositores serán:

360° | Lucas Mentasti | Director de Producto y Concert | MPG
 Identidad Visual | Ronald Shakespear | Director | Diseño Shakespear
 Marketing | Alberto Wilensky | Director General | Grupo Estratégico de Negocios
 Publicidad | Pablo Battle y Hernán Jáuregui | Dir. Grales.
 Creativos | DDBArgentina
 Relaciones Públicas | Juan Luis Iramain | VP de Comunicaciones para LA | Claxson
 Audiencia | Cecilia Mosto | Directora | CIO Argentina

Para mayor información e inscripciones ingresar a la página de AmCham www.amchamar.com.ar, o comunicarse al (54 11) 4371 4500, o dirigirse a Topbrands (M. T. de Alvear 777, 7º p. Of. "F y G"- Capital Federal).

-CUPOS LIMITADOS.-

-ACERCA DE TOPBRANDS-

Superbrands, es una organización de origen británico que promueve la disciplina del "branding" en más de 60 países y ha reconocido a más de 7.000 marcas otorgándoles el status de "topbrand".

En agosto de 2004 Superbrands Internacional inició sus acciones en el país y designó a World Press, representante en Argentina, Uruguay y Chile de: The Economist, The New York Times, Le Monde y Financial Times, entre otros medios internacionales, para desarrollar Topbrands.

World Press convocó al publicista Horacio Filgueira, quien trabajó en Leo Burnett y McCann Erickson y regresó de Guatemala donde condujo la filial de DDB, para presidir el The Topbrands Council.

Razones vinculadas al registro de marcas hicieron que en el mercado nacional la calificadora lleve el nombre de Topbrands en lugar de Superbrands, al igual que en Italia y España.

En noviembre de 2005 se presentó el Volumen I de "El Libro de las Grandes Marcas" en la Argentina.