



- + Concursos
- + Formación/seminarios
- + Galería
- + Becas
- + Museos
- + Exposiciones Nacionales
- + Exposiciones Internac.
- + Eventos Internacionales
- + Ferias - Festivales
- + Descargas
- + Enlaces
- + Todo para el diseñador
- + Animaciones
- Exponer
- Sevicios
- ¿Dónde estamos?
- e-mail
- Libros
- Trailers
- Tienda de Arte

+ Inicio > BIMM 2004, cumbre europea del marketing

BIMM 2004
CUMBRE EUROPEA DEL MARKETING

⇒ Más de 2.000 personas participarán en el BIMM 2004, cumbre europea del marketing

+ *Lucciano Benetton, consejero delegado de United Colors Of Benetton; Giulio Retochinni, director mundial de Seiko Epson Corporation y David Rogers, profesor de la Universidad de Columbia, son algunos de los ponentes que participarán en el BIMM (Barcelona International Marketing Meeting)*

+ *El congreso se celebrará los próximos 17, 18 y 19 de marzo en Barcelona para debatir acerca de la importancia del marketing en la gestión empresarial*

+ *El evento está promovido conjuntamente por Fira de Barcelona y el Club de Marketing de Barcelona y cuenta con la colaboración de 40 instituciones*

El Barcelona International Marketing Meeting (BIMM), congreso promovido por la Fira de Barcelona y el Club de Marketing de Barcelona (www.bimm.net), se celebrará en Barcelona del 17 al 19 de marzo de 2004. El BIMM 2004, cuya primera edición tuvo lugar en febrero de 2002, contará con la presencia de más de 100 ponentes de reconocido prestigio empresarial y académico que hablarán de la importancia del marketing en los diferentes sectores empresariales. Por este motivo, el lema del congreso es "Marketing is the Boss" (El Marketing es el Jefe).

El BIMM 2004 cuenta con el aval de más de 40 instituciones que quieren colaborar con el evento dado el éxito de la primera convocatoria en 2002, que reunió a 1.329 profesionales. Administración Pública central, autonómica y local, escuelas de diseño, colegios publicitarios, entidades de investigación, escuelas de negocios, universidades, asociaciones de directivos, colegios profesionales, cámaras de comercio y otras instituciones apoyan este congreso.

El programa del congreso está estructurado en sesiones plenarias con ponentes internacionales que expondrán su visión y experiencia del marketing estratégico; plenarias europeas que tratarán sobre el papel

de la cultura en la construcción de marcas, el marketing relacional como fidelización de clientes y las estrategias ante la inminente ampliación de la Unión Europea; y sesiones sectoriales paralelas en las que se abordarán las cuestiones concretas de cada ámbito empresarial: turismo, banca, marketing electrónico, publicidad, automóvil, cultura y ocio, telecomunicaciones, diseño, inmobiliario, alimentación, relaciones públicas, salud, servicios empresariales, distribución, Administración Pública, medios de comunicación, electrónica de consumo, moda, investigación de mercado, logística y transporte, música y espectáculo, industria, deporte...

Además de las conferencias, el BIMM contará con una serie de actividades paralelas como las ponencias de presentación de los Premios Top Ten-Líderes de Marketing, las ponencias Marketing non-stop, una muestra de los Premios de Diseño, los Premios Drac, un Open Marketing Express, un Open Creativo de Publicidad, la exposición comercial, el manifiesto "Marketing is the Boss", la muestra de Escuelas de Negocios y Universidades que divulgarán sus postgrados de Marketing...

Este evento ha sido promovido conjuntamente por la Fira de Barcelona y el Club de Marketing de Barcelona, y organizada por el propio Club de Marketing de Barcelona junto a Barcelona Centre de Disseny, ADECEC, Asociación Empresarial Catalana de Publicidad, Colegio de Publicitarios y RRPP y AEDEMO. Cuenta también con la colaboración de instituciones y entidades como la Federación Española del Marketing, la CEDE, la Asociación Española de Directivos (AED), Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona, Cambra de Comerç de Barcelona, Patronat Català Pro-Europa, Universidad de Barcelona, ESADE, IESE..., así como diversos Colegios y Asociaciones Profesionales.

⇒ Sobre Club de Marketing de Barcelona:

El Club de Marketing de Barcelona, fundado en 1959, va más allá del concepto de "club" como lugar de encuentro entre profesionales, para asumir el papel equivalente al de "academia de las ciencias del marketing". Esto es lo que ha impulsado su evolución y prestigio a lo largo de más de 40 años. El Club se renueva constantemente según el criterio que marcan sus propios socios.

En la actualidad, el Club de Marketing de Barcelona reúne a más de 1000 socios, 750 Empresas, 15 Escuelas de Negocios y Universidades, 80 Socios Corporativos y 30 Instituciones, actúa mediante un sistema dinámico de Comités de trabajo con mentalidad de comandos de elite en los que los profesionales se preparan para intervenir en entornos conflictivos.

El Club es también un lugar de encuentro y diálogo con los conferenciantes e intercambiar puntos de vista con los colegas. El coloquio que sigue a las conferencias, con la presencia del propio conferenciante, son actividades de enriquecimiento relacional y de contenido.

Este objetivo se consigue mediante los actos presenciales: conferencias, seminarios y, sobre todo, del Barcelona International Marketing Meeting (BIMM) y a través de su revista Estar al día, su web y su presencia semanal en medios de comunicación empresarial.



"El BIMM es una nueva oportunidad para situar Barcelona como la ciudad referente del marketing en Europa", apunta Juan Carlos Serra, presidente ejecutivo del BIMM y presidente del Club de Marketing de Barcelona.

Más información del BIMM:

www.bimm.net

Más información del Club de Marketing de Barcelona:

www.clubmarketingbarcelona.com