



- Area de usuarios
- Registro de usuarios
- Modificación
- Baja
- ¿Olvidó su clave?
- Servicios
- Bolsa de trabajo
- Top empresas **Nuevo**
- Índice de empresas
- Quién es quién
- Formación **(ICEMD)**
- Foro
- Lista de distribución
- Canal SMS
- Teletipo:
Introduzca su email y será el primero en conocer todas las novedades.

Suscribirse

Encuesta del mes
¿Se exigirá finalmente el consentimiento expreso para tratar los datos personales?

Sí

No

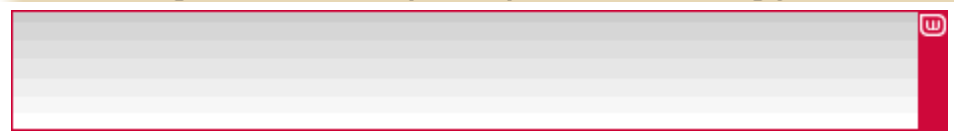
No sé

Votar

- Campañas marketing
- Estudios y Rankings
- Programa de radio
- Ranking gráficas
- Ranking banners
- Spots originales
- Tienda online
- Libros **Nuevo**
- Bases de datos
- Fotografía

- Marketing Directo
- Definición
- Instrumentos

MarketingDirecto.com - El primer portal de Marketing y Publicidad



- Noticias**
- Actualidad
- Archivo
- Noticia de la semana

Archivo

Gente

Fecha: 30 de marzo de 2003

EL CLUB DE MARKETING DE BARCELONA RENUEVA SU JUNTA DIRECTIVA

Nota de prensa:

La Asamblea General del Club de Marketing de Barcelona ha ratificado en la tarde de ayer a la nueva Junta Directiva que se hará cargo de la entidad durante los próximos 4 años. La candidatura ganadora está encabezada por Juan Carlos Serra, que a partir de hoy es el nuevo presidente, en sustitución de Francesc Joan.

La nueva Junta sigue una línea continuista con la anterior dirección, ya que varios miembros repiten cargos. El nuevo presidente, Juan Carlos Serra, que es licenciado en Farmacia, forma parte de la Junta Directiva del Club de Marketing desde 1995, es socio desde hace 10 años y es Presidente Ejecutivo del BIMM. Juan Carlos Serra es, en la actualidad, profesor de marketing y comunicación en diversas Escuelas de Negocio y es Socio Director de varias empresas.

"El principal objetivo de la nueva dirección es conseguir doblar el número de socios durante los próximos 4 años, apoyándonos en los tres pilares del plan director del Club: la celebración de eventos emblemáticos, los servicios para los socios y la creación de la fundación del Club de Marketing de Barcelona", explica Juan Carlos Serra de los retos futuros de la institución.

La Junta directiva estará integrada por profesionales tanto del mundo empresarial como académico. Algunos integrantes de la nueva Junta son: Joan Romeu de Danone, Ramón Prats de Nestlé, Víctor Jérez de Winterthur, Manel Vila del Olmo de Vila del Olmo y Asociados, Lluís Renart, del IESE; Jordi Montaña, de Esade y Antoni Vives, de la Generalitat de Catalunya.

La nueva Junta Directiva ha realizado una renovación de la edad de los miembros del núcleo directivo, que ahora se sitúa en los 42 años, supone una consolidación de los planes llevados a cabo hasta ahora por el Club.

La anterior Junta presidida por Francesc Joan ha realizado una profunda reestructuración, consiguiendo entre otros logros:

- Aumento de socios individuales de 300 a 1.000.
- Formación de un Consejo Corporativo formado por 81 empresas.
- Formación de un Consejo Académico.
- Organización de una media de 50 actos anuales.
- Celebración del Barcelona International Marketing Meeting en 2002.

▼ Noticia facilitada por:

mail MARKETING

Servicio Informativo
de Marketing Directo

Lectura indispensable para
los mejores profesionales
del Marketing y la Publicidad

¡¡SUSCRIBASE AHORA!!

Diccionario

FECEMD

Buscador de empresas



Asociaciones:

AECE - AEMT
AGEMDI - AeMR
AVAD - PD&BD



Creación-desarrollo
Centrocom

El anterior presidente del Club, Francesc Joan, pasará a dirigir la futura Fundación del Club de Marketing, el Barcelona Marketing Institute (BMI), que se prevé que esté ultimado en los próximos meses.

Club de Marketing de Barcelona

El Club de Marketing de Barcelona, fundado en 1959, es una asociación sin ánimo de lucro en la que coinciden profesionales empresariales y académicos interesados en el conocimiento y la práctica del marketing. La institución está formada por un millar de socios pertenecientes a las empresas más importantes de Barcelona y Cataluña, además de profesionales de servicios de marketing y de servicios dirigidos. También existen 81 empresas que ejercen como Consejo Corporativo y Escuelas de Negocios y Universidades que forman el Consejo Académico.


La entidad se estructura en 21 comités divididos en tres tipos: orgánicos, técnicos y sectoriales. Los primeros son los encargados de organizar las actividades básicas del Club (Documentación y Comunicación, Conferencias, Top Ten-Líderes de Marketing, Orientación al Postgraduado, Congreso BIMM, Proyección externa del Club...). Los comités técnicos llevan a cabo las tareas específicas de marketing, tales como la Comunicación y Relaciones Públicas, Publicidad, etc. En último lugar, están los comités sectoriales, que son los que se agrupan en función de un sector de actividad o examinan las problemáticas de marketing sectorialmente.

El marketing es el estilo de dirección más adecuado para que una empresa alcance sus objetivos con pleno éxito. La misión del Club es mantener un espacio físico, conceptual y virtual para que todos los profesionales dispongan de un entorno efectivo para su continuo progreso en el conocimiento y la aplicación del marketing y del management. Para conseguir estos objetivos el Club ha adoptado una estrategia basada en tres ejes:

- Celebrar eventos públicos emblemáticos.
- Otorgar beneficios a todos los miembros de la institución.
- Promover la constitución de un Barcelona Marketing Institute.

El Club de Marketing pertenece a la European Marketing Confederation y la American Marketing Association.

 [Imprimir Noticia](#)

 [Enviar esta noticia a un amigo@](#)

1999-2003 © MarketingDirecto.com | E-mail: Info@MarketingDirecto.com

Tel.: (+34) 91 550 2082 | Fax: (+34) 91 550 2090