



Place marketing

Cómo se construyen y comunican ciudades de marca en tiempos de crisis

Organizan: Fundación Estudios de la Comunicación (FEC) - Asociación de Fundaciones Andaluzas (AFA)

Colabora: Asociación para el Progreso de la Comunicación (APC)

Patrocina: Cajasol Banca Cívica

Fecha: Sevilla, martes 21 de febrero de 2012 (sede pendiente de confirmación)

PROGRAMA

En un panorama de cambios económicos y vicisitudes sociales, casi todos los actores se sienten obligados a aprender y reinterpretar un nuevo papel y, en parte, la fuerza de los hechos cuestiona hasta el propio escenario donde acontecen esas transformaciones. También las ciudades están llamadas a ser escenarios versátiles para una nueva función, de modo que posibiliten el bienestar, impulsen el emprendimiento, faciliten la convivencia, se conviertan en atractivos destinos turísticos y en receptores de inversiones y oportunidades. Y esa vocación cívica de la propia ciudad se profesionaliza, en parte, construyendo ciudades de marca referencial.

El *place marketing* o marketing de lugares es una herramienta que permite potenciar la ciudad como marca, para detectar así sus fortalezas y corregir sus debilidades a través de estrategias de comunicación que atraigan nuevos residentes, inversiones, turistas y eventos y que, por extensión, favorezcan el desarrollo económico, social, político y sostenible de ciudades y regiones.

En la Jornada **Cómo se construyen y comunican ciudades de marca en tiempos de crisis** de FEC y AFA, **Toni Puig** aportará su amplia experiencia de trabajo en potenciación de la marca de ciudad. La Jornada tendrá carácter participativo, e interesará especialmente a responsables y técnicos de la gestión municipal, agentes de desarrollo local, periodistas, profesionales de gabinetes y agencias de comunicación, y de áreas como marketing, turismo, urbanismo, economía y geografía.

Toni Puig, profesor de la Esade y experto en marca de ciudad, ha sido asesor de marketing relacional en el Ayuntamiento de Barcelona; especialista en branding de ciudades; y autor, entre otros libros, de *Marca ciudad* (2009) y *La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos* (2004).

PLAN DE LA SESIÓN

09.00 h.- Presentación

09.15 h.- Ideas clave y gestión para ciudades de marca emergentes en tiempos de crisis.

11.00 h.- Pausa-café

11.30 h.- Comunicación de marca desde un relato con servicios y proyectos indispensables.

13.00 h.- Caso práctico

14.00 h.- Clausura

INSCRIPCIONES E INFORMACIÓN

La Fundación Estudios de la Comunicación (FEC), con arreglo a la función social que desarrolla en el ámbito de la formación, ofrece un descuento en la matrícula de esta actividad a aquellos asociados a entidades afines que, previo acuerdo con FEC, deseen difundirla entre los miembros de su colectivo.

- **Precio de salida: 80€/persona.**

- **Precio final por convenio con FEC: 30€/persona.**

Datos necesarios para la solicitud de la inscripción:

NOMBRE Y APELLIDOS/ RAZÓN SOCIAL:

Nº COLEGIADO

DNI/NIF:

DIRECCIÓN:

MAIL:

TELÉFONO:

Enviar los datos anteriormente solicitados a info@fundacionfec.org solicitando poder acogerse a la modalidad de descuento. Fundación FEC se pondrá en contacto con el solicitante para confirmar su petición e indicarle los datos necesarios para proceder al pago de la matrícula.