

ASOCIACIÓN
PROFESIONALES
DE MARKETING

Club de Marketing
desde 1959



Foto portada: 1961. La bandera del Club es izada en la Feria Internacional de Muestras por el Presidente Rafael Camps con motivo de haberse organizado el Día del Vendedor, una jornada de estudio y de divulgación que obtuvo un gran éxito y una extraordinaria repercusión.

Índice

03
Carta del
Presidente

05
Objetivos de
la Asociación
y Actividades

13
Órganos
de Gobierno

17
Canales de
comunicación

19
La Asociación
en los medios

Carta del Presidente



En 1959 un puñado de profesionales fundó el primer Club de Marketing de España: el Club de Dirigentes de Marketing de Barcelona. Estos adelantados intuieron que el Marketing sería útil para su trabajo.

Han pasado casi 50 años y podemos decir que el marketing ha triunfado. El marketing ya no es algo de unos cuantos sino que está en boca de todos.

La mayoría de empresas comerciales desarrollan algún tipo de marketing. Es más, muchos profesionales de otros ámbitos e incluso políticos sienten necesidad del marketing para comunicar sus servicios y sus políticas.

El marketing ha pasado a ser un tema habitual de los medios de comunicación. En concreto la prensa se hace eco casi de forma diaria de temas de marketing, muchas veces con poco conocimiento de causa y otras en tono peyorativo.

Los profesionales y las empresas adheridas a nuestra Asociación como Nestlé, Danone,... sienten la necesidad de:

- Prestigiar al máximo la profesión Marketing
- Divulgar el código ético elaborado por la 'American Marketing Association' AMA
- Divulgar los beneficios que el Marketing aporta a la sociedad. Herramienta que permite que las revoluciones técnicas sean conocidas por los potenciales consumidores y que las innovaciones se implanten de forma rápida y rentable
- Prepararnos para los cambios que el marketing nos plantea día a día

Por todo ello quiero aprovechar esta oportunidad para solicitar vuestro apoyo e integración en la medida que podáis en la Asociación de Profesionales Marketing. Formar parte de la Asociación de Profesionales de Marketing no sólo es 'net-working' sino también una forma de crear estrechos lazos profesionales que con el tiempo se convierten en amistad. Con esta ilusión nos gustaría contar con vosotros.

Joan Romeu Sendrós
Presidente APMarketing

Objetivos de la Asociación y Actividades

La Asociación de Profesionales de Marketing es una entidad profesional sin ánimo de lucro que agrupa a los directivos y profesionales del marketing de las empresas e instituciones más importantes de España. **La Institución nació en 1959**, como respuesta a la necesidad de un conjunto de empresarios de mejorar la competitividad comercial de sus empresas. Con la aparición de una moneda única en el Mercado que culminaba la unión económica europea consolidando su mercado como uno de los más grandes y competitivos del mundo, la Asociación de Marketing decidió reconducir su actividad en el perfeccionamiento de los profesionales de la gestión y del marketing.

El marco estratégico de la Asociación empieza por analizar la demanda de la sociedad y satisfacer de este modo sus necesidades. La Asociación apuesta sin duda por la orientación de las empresas al mercado. Para ello es necesario conocer ese mercado, como conocer la competencia, y sobre todo, conocer al cliente. Sólo de esta manera las empresas podrán mejorar y aportar valores añadidos. Una de las claves que engloba este proceso en la Asociación es el networking, la relación interprofesional, que ayuda a los empresarios y socios de la Asociación a conocer el resto de sectores y estar al día en marketing. A través de las actividades que se realizan desde la Asociación, aportamos a nuestros socios las nuevas tendencias para hacer frente a los cambios y a las últimas novedades de la sociedad.

La Asociación de Profesionales de Marketing tiene el objetivo de “ser referente en marketing en todos los niveles”.

OBJETIVOS

- Consolidar el marketing como herramienta estratégica para el desarrollo y la gestión de las organizaciones.
- Impulsar la formación permanente y la mejora profesional de los directivos del marketing.
- Promover un comportamiento ético en el ejercicio de la profesión.
- Constituir un foro privilegiado para el intercambio de experiencias entre profesionales del marketing y de la sociedad.

ACTIVIDADES

Conferencias, Jornadas y presentaciones editoriales

La Asociación de Profesionales de Marketing es un lugar para encontrarse, para dialogar con los conferenciantes e intercambiar puntos de vista con los colegas. Por este motivo la Asociación organiza con regularidad conferencias y seminarios, actividades de gran enriquecimiento relacional y de contenido a través de las cuales los socios intercambian experiencias y están al día de las novedades y tendencias en marketing.



6 —

Meetings VIP. Socios corporativos

Gracias a la colaboración de La Bruixa d'Or, se han iniciado los almuerzos o cenas dirigidos en exclusiva a los Socios Corporativos, presididos por directivos de primer nivel del mundo de la empresa y las instituciones.



Meeting del Banc Sabadell-Atlántico, presidido por el Sr. Joan M. Nin, consejero delegado de la entidad.

Concierto de gala

El concierto de gala del marketing está dirigido a los socios de la Asociación y a sus familiares y amigos. Bajo el marco del Auditori de Barcelona la Asociación entrega, al finalizar el concierto, las insignias a los socios que cumplen 10, 25 y 40 años de permanencia como reconocimiento público de su fidelidad a nuestra entidad así como los Diplomas a los socios cuya incorporación se ha efectuado durante el transcurso del año.



Socios galardonados tras la entrega de insignias y diplomas.

Líderes de marketing y Profesional del año

Los Premios Líderes de Marketing son un reconocimiento a la aplicación global y eficaz de las técnicas de marketing en la acción empresarial, al esfuerzo de orientación al marketing y a los resultados obtenidos. Se trata de los premios de mayor reconocimiento entre los profesionales del sector y los únicos que premian la labor del marketing empresarial.

Empresas como Montblanc, Borges, Repsol YPF, Banc Sabadell, Caprabo, DAMM, MRW o Nestlé son algunas de las empresas que han recibido este galardón, premiando en el 2007, a Henkel, Simon y Astral por haber demostrado una destacada actuación en el campo del marketing, tanto desde el punto de vista estratégico como en la operatividad, y avalada por los resultados obtenidos y haciendo una mención especial a Aerta, energía eólica y a Turisme de Barcelona como empresa gestionada por un ente público.



De izquierda a derecha: Sr. Joan Romeu (presidente de AP Marketing), Ramón Carbonell (presidente de Aerta), Pere Ballart (director general de Astral Pool S.A.), Jordi Montaña (catedrático del Dpto. de dirección de Marketing de Esade), Ildefonso García Serena (socio de GRM), Honorable Sra. Mar Serna (consellera de Treball de la Generalitat de Catalunya), Xavier Torra (director general Grup Simon), Lluís Bassat (presidente fundador del Grupo Bassat Ogilvy), Manel Casanovas (director Área marketing nous projectes i events de Turismo de Barcelona), Luis Carlos Lacorte (director general cosmética Henkel), Gabriel Martínez (director de marketing de Banc Sabadell Atlántico) y Jordi Hurtado (presentador del acto).

Los premios al Profesional del año conceden un galardón al profesional en activo con una trayectoria empresarial ejemplar que ha trabajado a favor de la orientación al mercado de las empresas con un espíritu estratégico y de apoyo al marketing. Profesionales premiados y cargo que ostentaban en aquel momento:

- 1991 **José Luis de CÓRDOBA VILLAR** Dir. Relac. Externas GALLINA BLANCA, S.A.
- 1992 **Juan B. RENART CAVA** Consejero Delegado GRUPO VICHY CATALÁN
- 1993 **Ramon MASIP ARGILAGA** Presidente NESTLÉ
- 1994 **Antonio MONERRIS HERNÁNDEZ** Presidente HENKEL IBÉRICA
- 1995 **Lluís BASSAT COEN** Presidente BASSAT OGILVY & MATHER
- 1996 **Josep CERCÓS MARTÍNEZ** Presidente y Delegado General GRUP WINTERTHUR
- 1997 **Isidre FAINÉ CASAS** Director General "LA CAIXA"
- 1998 **Jaume LLOPIS CASELLES** Consejero Delegado BORGES, S.A.
- 1999 **Javier ROBLES GONZÁLEZ** Director General DANONE
- 2000 **Ildefonso GARCÍA SERENA** Presidente GREY TRACE
- 2001 **Pedro NUENO INIESTA** Prof. Titular Cátedra Iniciativa Empresarial del IESE
- 2002 **Jaume TOMÀS SABATÉ** Presidente FIRA Barcelona
- 2004 **Antoni BRUFAU NIUBÓ** Presidente REPSOL IPF
- 2005 **Josep OLIU CREUS** Presidente BANC SABADELL-ATLÁNTICO

2006 **Isak ANDIK ERMAY** Presidente MANGO



Comité de honor

Formado por todos los galardonados como Profesionales del año, cumple la función de asesoramiento en las decisiones estratégicas de la Asociación.



Los Profesionales del año acompañados de algunos miembros de la Junta Directiva de la Asociación.

BIMM

Barcelona International Marketing Meeting es el acto por excelencia de la Asociación de Profesionales de Marketing. El BIMM nació a partir de una visión compartida de la Asociación y Fira Barcelona. Esta visión fue asumida rápidamente por Instituciones empresariales, docentes y oficiales. Desde su instauración, la Unión Europea ha hecho evolucionar la gestión de empresas en todos los países comunitarios. Este evento fue creado como lugar de referencia y actualización empresarial. El BIMM está dirigido tanto a empresas como a empresarios que quieren estar preparados para las nuevas y complejas situaciones que les depara el futuro, adquiriendo a partir de este encuentro sólidas ventajas competitivas a través de conferencias ofrecidas por presidentes y creadores de grandes empresas que comparten con los asistentes la razón del éxito de sus empresas.

Actualmente se está preparando la edición del "BIMM 2009", coincidiendo con el 50 aniversario del nacimiento de la AP Marketing.





Órganos de gobierno

JUNTA DIRECTIVA

La Junta Directiva es el órgano permanente de gestión y dirección de la Asociación de Profesionales de Marketing. La Junta está formada por un total de 21 miembros de gobierno los cuales contribuyen día a día al buen funcionamiento de la Asociación. Es la responsable de la ejecución del Plan Director y de marcar las líneas de su actuación.

| | |
|--------------------|---|
| Presidente | Joan ROMEU SENDRÓS - Trade Marketing Manager. Danone, S.A. |
| Vicepresidente 1.º | Gabriel MARTÍNEZ RAFAEL - Dir. marketing. Banc Sabadell-Atlántico |
| Vicepresidente 2.º | Víctor JEREZ SOLER - Management Illa Diagonal. Axa Winterthur |
| Vicepresidente 3.º | Fernando JORNET ANSÓN - Especialista en marketing. PDG IESE |
| Tesorero | Marco REGIS AGNELLI - Socio consultor. Roca i Junyent, Consultoría |
| Vocales | Jordi BUÏRA CIPRÉS - Consultor director. Telefónica Soluciones Estefanía CLAVERO LÓPEZ - Desarrollo de negocio. Instituto DYM Jaume CLOTET SISTACH - Director. Nestsuus Rosa M. COTO TRAGUANY - Consultor independiente & Coach ejecutivo Lluís DE BORJA SOLÉ - Catedrático de marketing y de investigación de mercados Josep Lluís FERNÁNDEZ ROYO - Consultor Toni IRUELA SEGOVIA - Consejero. Grupo Altran Jordi MONTAÑA MATOSAS - Catedrático. ESADE Xavier PASCUAL BATALLA - Director de salón. Fira de Barcelona Ramon PRATS AIGÉ - Market Intelligence Manager. Nestlé España, S.A. Lluís G. RENART CAVA - Profesor. IESE, Universidad de Navarra Joan B. RENART MONTALAT - Consejero delegado. Grupo Vichy Catalán Isabel ROIG LLORCA - Directora general. BCD, Barcelona Centre de Disseny Xavier SALAT MAITRET - Director desarrollo. PSM, S.A. Pere SAN MARTÍN MUNTANÉ - Director general. Arvato Services Iberia, S.A. Manel VILA DEL OLMO - Gerente. Vila del Olmo & Asociados |



















— 13

EQUIPO EJECUTIVO

La Asociación de Profesionales de Marketing cuenta con una estructura de profesionales dedicados al desarrollo y ejecución de sus actividades.

| | |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| Gerente | Montserrat ALBORNÀ MONTSERRAT |
| Directora de Marketing | Glòria TORT VALL |
| Administración | Natividad RAMOS VÁZQUEZ |
| Comunicación y atención al socio | Bárbara PUIGBÓ FIGUEROA |

COMITÉS

| Comité | Responsable | |
|---------------------------------------|-------------------------|---|
| Conferencias y RR.GG. de estudio | Josep AGUILÀ |  |
| Nuevos Profesionales | Yasmina SALANOVA |  |
| Marketing Financiero | Marcial RÍO |  |
| Nuevas Tecnologías | Jordi BUÏRA |  |
| Servicios Profesionales | Francesc DOMÍNGUEZ |  |
| Dirección de Ventas | David GALVÉ |  |
| Marketing Relacional | Xavier SALAT |  |
| Investigación de mercados | Jordi CRESPO |  |
| Gran Consumo | Àngels CUADRA |  |
| Marketing Farmacéutico | Alex ESPINOSA |  |
| Marketing Interactivo | Isabel SABADÍ |  |
| Marketing Turístico | Miquel BESTRATÉN |  |
| Visitas de Empresas | Adam PAPASEIT |  |
| Publicaciones | Óscar AYALA |  |
| Marketing Industrial | Ramon SULÉ |  |
| Marketing para las Relaciones Humanas | Marta Patricia APARICIO |  |
| Marketing Deportivo | Jordi GUASCH |  |
| Medios | Luis CARRASCO |  |

Objetivos comités

El Comité de RR.PP. organiza: mesas redondas, conferencias, estudios, etc., siempre teniendo en cuenta tanto los públicos internos como los externos, de la Asociación de Profesionales de Marketing. Además colabora muy activamente con el resto de comités en sus acciones a tal efecto.

Asegurar el espíritu innovador de la Asociación y materializar las inquietudes de los juniors.

Tiene como objetivos abordar los siguientes temas: 1. Medioambiente: Un nuevo mercado que atender financieramente. 2. El mercado creciente de la tercera edad. 3. Responsabilidad social como elemento diferenciador y 4. La bancarización de la inmigración.

Establecer las líneas necesarias para realizar acciones que ayuden a la asociación a estar al día en nuevas tecnologías que van surgiendo día a día.

Profundizar en el conocimiento del marketing y difundir su cultura en el mundo de los servicios profesionales, intercambiar conocimientos, ideas y experiencias entre los profesionales y contribuir a fortalecer el posicionamiento de la Asociación como una de las principales referencias a escala internacional.

Llegar a ser el principal foro europeo de reflexión, debate y transferencia de conocimiento, del área de ventas de las organizaciones, donde todos los profesionales de todos los sectores puedan encontrar su referente y este ejerza como su lobby profesional.

El Comité de Mk Relacional tiene como objetivo el Estar al Día en todos los aspectos del mundo de la relación con el Cliente (CRM, Fidelización, Database Mk, Mk 1to1, Customer Intelligence,...) y compartir este conocimiento: A nivel interno del Comité y a nivel externo.

A. RELATIONSHIP, relaciones e intercambio de experiencias. B. MOVE FORWARD, desarrollar eventos e investigaciones. C. KNOWLEDGE, impulsar la investigación y la formación en esta área. D. LINK, servir de unión entre empresa pública, privada y docencia universitaria.

Este comité pretende conseguir la transmisión de información entre profesionales respecto a Branding, distribución, tendencias y hábitos de consumo, investigación de mercado, y todas las nuevas herramientas que se puedan añadir para que los profesionales del marketing cumplan sus objetivos.

Ser el referente en marketing farmacéutico en Barcelona.
Consolidar el estudio del "Perfil de Marketer Farmacéutico" que realiza este comité.

Sensibilización sobre el uso del Marketing Interactivo, convertir el comité en un centro de estudio y difusión de conocimiento, recoger las mejores prácticas a nivel nacional e internacional de Marketing Interactivo y fomentar el networking,

Los objetivos del comité de turismo giran alrededor de la consolidación de sus actividades tales como la organización y realización de distintas jornadas y conferencias.

Organizar visitas a empresas asociadas en las que se tienen contactos Directivos que atenderán a los visitantes y darán una charla explicando los rasgos fundamentales del Grupo, la empresa o la entidad acentuando los aspectos comerciales y de marketing, con presentaciones audiovisuales.

Difundir conocimiento de rigurosa actualidad relacionado con el marketing a la sociedad y en especial a los socios de la Asociación a través de la revista Estar al Día. La revista es de carácter mensual y se publica en la web de la Asociación y en el diario Dossier Econòmic.

Mejorar sus conocimientos personales. Aumentar y divulgar el conocimiento del Marketing Industrial entre todos los miembros del Club. Hacer del Comité de Marketing Industrial un referente y un instrumento de desarrollo y divulgación del Marketing Industrial en Barcelona y en Cataluña.

Elaboración de encuesta de clima en la Asociación, para dar conocimiento de los socios a nivel de composición: n.º de socios, n.º de mails, hombres, mujeres, edad, estado civil, situación laboral, frecuencia de asistencia a eventos y conocimiento de hobbies, intereses y necesidades de los socios.

El objetivo es actuar de punto de encuentro de todos los actores interesados en el Marketing Deportivo: empresas, entidades deportivas, federaciones, universidades, medios y administraciones, constituyendo todos ellos un ecosistema de interés compartido.

Ante los nuevos hábitos de consumo de información de la población y las nuevas tendencias multi-canales derivadas de las nuevas tecnologías, el comité analizará las posibilidades y peligros que están ya "presentes" en los ámbitos de la publicidad, promoción y consumo a través de los medios.

CONSEJOS

Nacen de la voluntad de la Asociación de Profesionales de Marketing, como entidad neutral, de vincular nuestra institución con las empresas, las universidades y escuelas de negocio y con las instituciones profesionales, con los objetivos de enriquecer y potenciar el debate y difundir el marketing en nuestra sociedad.

Consejo Corporativo

Lo integran los socios corporativos de la Asociación. Participan más de 80 empresas de todos los sectores: desde el ocio y la cultura hasta productos químicos y farmacéuticos, nuevas tecnologías, industria de la construcción y productos de gran consumo. Sus profesionales participan en las actividades que se organizan, aportando conocimiento y experiencia.

Consejo Académico

Contribuyen al enriquecimiento de los contenidos de conferencias y seminarios, así como en colaboraciones periódicas a nuestra publicación *Estar al Día*. Este Consejo lo forman las principales Escuelas de Negocio y Universidades: EADA, EAE, ESADE, ESEI, ESMA, EUNCET, ICT, IDEC, IESE, IQS FUNDEMI, ISM/ESIC, IUSC, LA SALLE, LES HEURES, POLITECNICASEK, UAB, UB, UPC.

Consejo Institucional

Reúne a los diferentes colectivos e instituciones empresariales más representativas del entorno profesional que han firmado convenios de colaboración con la Asociación, que suponen participaciones puntuales en la organización de alguna actividad conjunta así como la colaboración en la difusión: AED, AEDEMO, ADECEC, Ajuntament de Barcelona, Associació Empresarial de Publicitat, Barcelona Activa, BCD, Cambra Comerç de Barcelona, Cámara de Comercio Belgo-luxemburguesa en Cataluña, Cámara de Comercio Hispano-sueca, Cámara Italiana, CEDE, CIDEM, Club de Marketing de Andorra, Club de Marketing de Valencia, Col·legi de Farmacèutics, Col·legi Oficial de Titulats Mercantils i Empresarials de Barcelona, Col·legi de Publicitaris i RRPP, COPCA e ICIL.

Consejo Consultivo

Formado por los ex-presidentes de la Asociación. Se reúnen con el fin de aportar su conocimiento en las decisiones estratégicas de la Asociación.

Canales de comunicación



Uno de los compromisos que la asociación tiene con sus miembros asociados es ofrecer los canales y herramientas de comunicación necesarios para garantizar una comunicación fluida, así como asegurar su activa participación.

La Asociación dispone de distintos instrumentos para la consecución de tal fin. Cuenta con la publicación mensual *Estar al Día* y gracias a las nuevas tecnologías, dispone de la *web corporativa* y la *Newsletter*, instrumentos básicos tanto para el contacto con los socios como para la difusión y comunicación de los aspectos que hacen referencia a nuestra Institución. Al mismo tiempo estos instrumentos nos orientan sobre la actualidad del mundo del marketing, dentro y fuera de la Asociación.

ESTAR AL DIA

Publicación mensual del Club de Marketing. Acerca a sus lectores las informaciones más interesantes, los contenidos y las últimas novedades que se producen en el entorno de la Asociación. Gracias a nuestro partner Dossier Econòmic, y al patrocinio de Banc Sabadell Atlántico, dicha publicación se edita mensualmente en su semanario, con formato separado y con cabecera propia, con una tirada mensual de 92.000 ejemplares y 250.000 lectores.

— 17

LA WEB CORPORATIVA

En la sociedad de la información en la que nos movemos, las nuevas tecnologías son un instrumento muy eficaz en la difusión de conocimiento y en la comunicación, tanto a nuestros propios socios como a la sociedad en general interesada en la difusión y cultura del Marketing.

En este caso, la Asociación ha contado con la inestimable colaboración y patrocinio de nuestro Socio Corporativo Spoc, en la creación y puesta al día de nuestra página web: www.apmarketing.es

LA NEWSLETTER

Boletín quincenal que mantiene informados a los socios de la Asociación de las diferentes actividades que desarrolla la Institución y sus Consejos. La Newsletter se divide en tres partes: Noticias del Club de Marketing, información sobre la Agenda de actividad propia e información sobre las agendas que forman parte de los Consejos de la Asociación. Cada Consejo tiene su propio apartado, dentro del cual los miembros de los Consejos pueden difundir las actividades de los mismos, transmitiendo la información de sus empresas.

La Asociación en los Medios

Expansión (16/5/07)



Asociación de Profesionales de Márketing
Isak Andic, empresario ejemplar del año

El presidente de la cadena de moda Mango recibió ayer un nuevo reconocimiento a su trayectoria profesional. Isak Andic recibió ayer, en un acto celebrado en el Teatre Nacional de Catalunya (TNC) de Barcelona, la mención al Profesional del Año, un galardón entregado por la Asociación Profesionales de Márketing. Este reconocimiento premia anualmente al profesional en activo con una trayectoria empresarial ejemplar trabajando a favor de la orientación al mercado de las empresas con u y de apoyo al márketing. Isak Andic, presidente de Banco este galardón el año pasado. En también por las escuelas de nos premio además a las tres emporado una mejor actuación en desde el punto de vista estratégicidad: Henkel, Simon y Astral



Premis de màrqueting
LÍDERES de Márketing

Isak Andic, profesional de l'any

El fundador i president del grup tèxtil Mango, Isak Andic, va rebre ahir el premi Professional de l'Any. El guardó es va lliurar durant la 34a edició dels premis Líders del Màrqueting, després d'un sopar de gala celebrat al Teatre Nacional i organitzat per l'Associació de Professionals del Màrqueting. ■ PERE VIRGILI

Avui (16/5/07)

Expansión (16/5/07)

El Teatre Nacional de Catalunya acull el lliurament dels premis Líders de Márketing 2007

Henkel Iberia, Astral Paul i Simón es van alçar amb els premis Líders de Márketing, més concretat per l'Associació Profesionales de Márketing, que reconeix anualment la tasca d'orientació al mercat d'aquelles empreses que treballen amb un marcat esperit estratègic i de suport al màrqueting. La gala serà també per escollir el Professional de l'Any al qual se dedica per la seva trajectòria, creació i eficàcia empresarial.



Guardadors en el lliurament dels premis Líders de Márketing.

Després d'un sopar de gala celebrat al Teatre Nacional de Catalunya, el qual serà també per escollir el Professional de l'Any al qual se dedica per la seva trajectòria, creació i eficàcia empresarial.

Dossier Econòmic (26/5/07)

El Periódico (20/5/07)



Isak Andic
 Presidente de Mango

El fundador de y presidente de la cadena Mango recibió la mención de Profesional del Año de manos del presidente del Banc Sabadell, Josep Oliu. El galardón le fue otorgado al empresario durante la 34ª edición de los premios Líderes de Márketing producidos por la Asociación de Profesionales de Márketing.

El Club de Márketing de Barcelona, creada en 1956, ha cambiado su denominación social por la de Asociación de Profesionales de Márketing. El Club ha decidido por unanimidad el cambio de sus estatutos y de su nombre. Además, a partir de ahora, la Asociación de Profesionales de Márketing (APM) estará abierta a los profesionales de esta disciplina en sus diversas especialidades de toda España e impulsará la Fundación Barcelona European Marketing Institut (FEMI), que velará por el desarrollo de actividades de formación de los directivos del márketing, y que está previsto inicie su andadura este año.

La Vanguardia (8/4/07)

El Club de Marketing se transforma en asociación de profesionales

BARCELONA. (Redacción). - El Club de Marketing de Barcelona ha aprobado cambiar sus estatutos y su nombre para incorporarse a profesionales del área comercial de toda España y actuar como representantes de este colectivo ante las instituciones europeas. En un comunicado, el club barcelonés, fundado en 1956, explica que pasará a denominarse Asociación de Profesionales de Marketing. Además, el club creará una fundación, que se llamará Barcelona European Marketing Institut (BEMI), para desarrollar actividades de formación para los directivos del sector y que empezará a ser operativa esta primavera.

El Club de Marketing de Barcelona, creada en 1956, ha cambiado su denominación social por la de Asociación de Profesionales de Marketing. El Club ha decidido por unanimidad el cambio de sus estatutos y de su nombre. Además, a partir de ahora, la Asociación de Profesionales de Marketing (APM) estará abierta a los profesionales de esta disciplina en sus diversas especialidades de toda España e impulsará la Fundación Barcelona European Marketing Institut (FEMI), que velará por el desarrollo de actividades de formación de los directivos del márketing, y que está previsto inicie su andadura este año.

El Publicista (16/4/07)

Isak Andic va rebre el premi al Professional de l'Any

Isak Andic va rebre ahir el premi Professional de l'Any. El guardó es va lliurar durant la 34a edició dels premis Líders del Màrqueting, després d'un sopar de gala celebrat al Teatre Nacional i organitzat per l'Associació de Professionals del Màrqueting.

Nace la Asociación de Profesionales de Marketing

El Club de Marketing de Barcelona, creada en 1956, ha cambiado su denominación social por la de Asociación de Profesionales de Marketing. El Club ha decidido por unanimidad el cambio de sus estatutos y de su nombre. Además, a partir de ahora, la Asociación de Profesionales de Marketing (APM) estará abierta a los profesionales de esta disciplina en sus diversas especialidades de toda España e impulsará la Fundación Barcelona European Marketing Institut (FEMI), que velará por el desarrollo de actividades de formación de los directivos del márketing, y que está previsto inicie su andadura este año.

Asociación de Profesionales de Marketing
Ronda Sant Pere, 19-21, 7.º 5.ª
08010 Barcelona
Tel. 934 880 128 - Fax 934 883 064
info@apmarketing.es



Club de Marketing
desde 1959

**ASOCIACIÓN
PROFESIONALES
DE MARKETING**