

COMUNICATO STAMPA

Branding e-volution, 1500 iscritti all'evento del 24 settembre

“Il senso della marca e il futuro dell’advertising”, presentazione della prima parte della ricerca realizzata da UPA e dalla School of Management del Politecnico di Milano. Il 1° ottobre appuntamento con il secondo evento: “Dati e strumenti di misurazione come asset per la marca”

Milano, 22 settembre 2020. Grande adesione al primo evento dedicato alla presentazione dei risultati dell’ampio progetto di ricerca “Branding e-volution”, promosso da UPA e dalla School of Management del Politecnico di Milano: sono 1500 gli iscritti alla diretta streaming di giovedì 24 settembre (ore 9.30 – 12.45).

Il convegno, dal titolo “Il senso della marca e il futuro dell’advertising”, fornirà numerosi spunti di riflessione in merito alle sfide che le marche devono affrontare, utili anche per l’analisi del modo in cui la comunicazione, in particolare quella digital, contribuisce a costruire e a rafforzare il valore del brand.

Il Presidente di UPA Lorenzo Sassoli de Bianchi, che interverrà in apertura dell’evento, coglierà l’occasione per aggiornare le previsioni degli investimenti pubblicitari 2020, frutto di un aggiornamento della tradizionale survey realizzata tra le imprese associate.

Per iscriversi e consultare l’agenda completa dell’evento:

<https://www.som.polimi.it/event/branding-e-volution-il-senso-della-marca-e-il-futuro-delladvertising/>

La seconda parte dei risultati della ricerca “Branding e-volution” verrà presentata giovedì 1° ottobre, durante un secondo evento, dal titolo “Dati e strumenti di misurazione come asset per la marca” (per iscriversi: <https://www.som.polimi.it/event/branding-e-volution-dati-e-strumenti-di-misurazione-come-asset-per-la-marca/>).