

Nuova collaborazione per b&p communication

I prossimi titoli della collana Brand Concepts saranno ideati e analizzati dagli studenti del corso di marketing nell'ambito della laurea in "Comunicazione nella società della globalizzazione", facoltà di Lettere e Filosofia, Università Roma Tre.

Una nuova interessante collaborazione per la b&p communication: dopo i positivi risultati ottenuti grazie alle prime tre pubblicazioni (Brand 2.0, Green Brand e Brand Design), la ormai nota società editrice di studi e report sui Brand, amplia i rapporti con i marketing manager di domani? I prossimi titoli della collana Brand Concepts, saranno infatti ideati e analizzati dagli studenti del corso di marketing (tenuto dal Prof. Carlo Alberto Pratesi) nell'ambito del corso di laurea in "Comunicazione nella società della globalizzazione", facoltà di Lettere e Filosofia, Università Roma Tre.

Il mondo del branding oggi è multiforme e la funzione del marchio travalica sempre più la comunicazione di un prodotto per andare a tracciare nuovi percorsi e concetti, non solo di natura puramente commerciale. È necessario quindi, per le aziende e per chi opera nel campo della comunicazione e del marketing, disporre di strumenti aggiornati e analitici per monitorare le nuove tendenze.

B&p communication si pone come uno strumento per lo studio e l'approfondimento del branding e "brand concepts" è il risultato di questo studio: una collana di libri che, con cadenza quadrimestrale, analizza le tematiche e gli scenari più innovativi del branding, attraverso la collaborazione con istituti di ricerche di mercato e atenei specializzati in comunicazione e marketing. Brand 2.0, che ha trattato le tematiche legate all'engagement tra azienda e cliente, è stato il primo libro editato. Partito da una ricerca condotta da The Economist Unit, con il supporto dell'università IULM, è stato presentato ad ottobre 2007 da Kevin Roberts durante il World Business Forum. Green Brand, uscito a maggio 2008, ha raccontato quelle aziende che leghino la loro identità al concetto di "sostenibilità" o che lancino campagne pubblicitarie incentrate sul "green".

Ricerca di partenza di Ipsos MORI, è stato distribuito in allegato gratuito con Economy e Panorama, testate appartenenti al gruppo Mondadori. Brand Design, pubblicato a luglio 2008 e distribuito

anch'esso in allegato gratuito con Economy e Panorama, ha raccontato e messo in luce le novità, i progetti e le tendenze in atto, tra qualità ed estetica, creatività e funzionalità. Teen Brand: essere giovani oggi! In uscita a novembre 2008, racconterà come le aziende si muovano nell'ambito del marketing e della comunicazione e perché i loro brand diventino punto di riferimento per gli adolescenti. Sarà un nuovo volume dedicato interamente alle aziende, ai marchi, ai prodotti rivolti al consumatore "teen". Un'opera editoriale che uscirà in allegato gratuito con Economy e Panorama e che raccoglierà e metterà in evidenza case history, articoli, approfondimenti sul mondo della comunicazione giovanile.

Ufficio Stampa b&p communication Tel. 0117576293
press@bpcommunication.net