

EU Mediterrani y la agencia edeon organizan la II Edición de la Jornada de Marketing en Catalán

EU Mediterráneo y edeon firman un acuerdo de colaboración para seguir impulsando el encuentro profesional. Esta segunda edición de la JMC se realizará el 21 de abril en la Escuela Universitaria Mediterráneo, en Barcelona

La segunda Jornada de Marketing en catalán (JMC) arraiga con fuerza y cambia de ubicación. La agencia de comunicación y marketing edeon y la Escuela Universitaria Mediterrani (centro adscrito a la Universidad de Girona) han llegado a un acuerdo para sumar esfuerzos y seguir impulsando el encuentro de los profesionales del marketing en catalán.

En la anterior edición, celebrada en la sede de ESADE CREAPOLIS en Sant Cugat del Vallès, se contó con el patrocinio de la Fundacio.cat y la colaboración de empresas y entidades como; La Brava, Frit Ravich, Sant Cugat Empresarial, La Fageda, EU Mediterráneo, CECABLE y Plataforma por la Lengua. Se reunieron un centenar de personas que escucharon las ponencias de Miguel Centeno, Sponsorship Manager Marketing del diario SPORT, José Luis Blanco, ex atleta y presidente del Club La Sansi, Marc Biosca, técnico del área de empresa de plataforma por la Lengua, el director general de Amat Inmobiliaris, Guifré Homedes, y la directora de marketing de Agrofresc, Anna Rúbia

Con el objetivo de seguir normalizando la presencia del catalán en las empresas, y en especial a las campañas de marketing y comunicación, los organizadores ya están ultimando la parrilla con los ponentes de esta segunda edición.

"Estamos cerrando ponencias con empresas de referencia que pueden compartir casos de éxito de estrategias de marketing en catalán. Queremos demostrar que en Catalunya, hacer campañas en catalán es posible y rentable ", explica Lluís Feliu, director de marketing de la agencia edeon y uno de los impulsores de la JMC. Por su parte, Rafa Arza, adjunto a gerencia de la EU Mediterráneo, asegura que "creemos que los objetivos de la jornada encajan muy bien con los fundamentos de nuestro Grado en Marketing, un grado universitario abierto al mundo, que entiende el marketing como la mejor herramienta para conectar empresas y personas ".

Premio 'Tarannà 2020'

Por segundo año consecutivo, el subdirector de RAC1 y RAC105, Jofre Llombart, hará entrega del galardón a la empresa que según profesionales de edeon, docentes de la UdG y alumnos de marketing de la EU Mediterrani normaliza y utiliza el catalán de forma más efectiva en sus campañas de marketing. La gerundense Konig, empresa de restauración con una quincena de establecimientos, fue la ganadora del galardón 'Tarannà 2,019' durante la primera edición de la JMC. Los ganadores del Premio Tarannà son empresas que han sido seleccionadas teniendo en cuenta diferentes criterios como: portal web, presencia en redes sociales, etiquetado de productos, proyección, acciones solidarias, publicidad, rotulación y atención al cliente.

Datos de contacto:

e-deon.net

Comunicación · Diseño · Marketing

931929647

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Comunicación Marketing](#) [Cataluña](#) [Emprendedores](#) [Eventos](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>