



IPADE BUSINESS SCHOOL
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

21st Executive MBA International Week

Entrepreneurial Solutions to Poverty

October 2nd - 6th



THOMAS GEY

NORDAKADEMIE UNIVERSITY OF
NUREMBERG

Profesor de Marketing and Strategic
Enterprise Development



“Hips feel good”, campaña de Dove para la belleza real

Las grandes marcas tienen posicionamiento de primera clase. Los directores de marca conocen la importancia de centrarse en el producto principal. Actualmente, es cada vez más difícil enfatizar las características especiales de una marca particular, por ello, las marcas se han posicionado de forma más emocional. Por esa razón, las compañías tratan de integrar márgenes específicos e intangibles. Este caso investiga el relanzamiento de Dove, una marca de cuidado personal creada por Unilever, la empresa internacional de productos de consumo. El aspecto único de este exitoso relanzamiento es su intento de incluir un sentido de integridad en la estrategia de reposicionamiento, especialmente en la combinación de comunicación. En este caso, los estudiantes discutirán los criterios y riesgos del relanzamiento de valor en marketing, además encontrarán los prerrequisitos necesarios para ser exitosos en este tipo de posicionamientos a largo plazo.

Después de finalizar sus estudios en Dirección de Empresas y hacer un doctorado en Marketing, Tomas Gey trabajó en una importante editorial alemana como asistente del Consejo de Dirección. Posteriormente, fue socio de una compañía de consultoría internacional y en 1996 fue profesor de Marketing y Estrategia en Nordakademie (University of Applied Sciences, Alemania).

Durante los últimos años ha enseñado en Northeastern University y Southern New Hampshire University (Estados Unidos), IPADE Business School (México) y AKAD University (Alemania).

En sus investigaciones, Thomas Gey se centra principalmente en: desarrollo de marcas, marketing y ética, comportamiento del consumidor, marketing online, estrategia de marketing y dirección de ventas. Thomas también ha participado en proyectos de investigación en conjunto con diversas compañías internacionales como: Still, Man-Neoplan, Hauni, Velux, Grundfos, Philips, Bp-Solar, Bauer Media Group, Hanse Merkur, Bertelsman, Creditreform, Siemens, Telekom, Yxlon, Aral, Autoflug, Flexi, Mega, Blohm, Dräger, Wilhelm Tell, Ruhrgas, Berendsohn, Basler and Raiffeisen.