

Curso en Fortalecimiento y Creación de Marca

Modalidad presencial (bajo el modelo de Presencialidad Asistida por Tecnología PAT)

PRESENTACIÓN

En un mercado globalizado y competitivo, como en el que vivimos, es imperativo crear marca para suscitar la diferenciación de las empresas, productos y servicios. El nombre es el primer elemento diferenciador, pero existen otras variables a considerar tales como la personalidad, el estilo de vida, el color y la tipografía entre otros. Entonces, el éxito radica en entender los deseos de los consumidores para complacerlos, a través de la construcción de imaginarios que giren en torno a un concepto único, que genere confianza y que de pie a la fidelización. Con esta unidad de estudio, el estudiante podrá gestionar marcas menos vulnerables a las acciones comerciales de la competencia y a la crisis de los mercados. Por lo tanto, se abordarán temáticas como: creatividad, estrategia, conceptualización, percepción y globalización.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

GENERAL

Con esta unidad de estudio, el estudiante podrá gestionar marcas menos vulnerables a las acciones comerciales de la competencia y a la crisis de los mercados. Por lo tanto, se abordarán temáticas como: creatividad, estrategia, conceptualización, percepción y globalización.

ESPECÍFICOS

- Fortalecer competencias asociadas a la creatividad, la innovación y el emprendimiento.
- Crear conciencia sobre la importancia de los intangibles comunicacionales de cualquier organización para fortalecer su marca en los diferentes grupos de interés de la empresa.

PERFIL DEL INTERESADO

Profesionales de diversas áreas que trabajen con asuntos de marketing, ventas, comercialización o que estén incursionando en su emprendimiento y deseen crear su marca, también está dirigido a emprendedores que quieren elevar su marca a otro nivel.

METODOLOGÍA

Por medio de clases magistrales, los estudiantes obtendrán conocimientos creación y fortalecimiento de marcas comerciales, además conocerán estrategias para su aplicación específica de acuerdo al core del negocio. Se usarán pedagogías tales como estudio de casos, aula invertida y talleres prácticos; para cada sesión se tendrá un invitado especial del sector de la publicidad, el marketing y la comunicación que reforzarán los conceptos del curso.

Módulo

Contenido

Intensidad

1 INTRODUCCIÓN AL BRANDING

- ¿Qué es la marca?
- Entendiendo la marca y su relación con los intangibles de la organización
- Cuáles son los intangibles comunicacionales: identidad, imagen, reputación.

4 horas

2 IDEACIÓN BRANDING ESTRATÉGICO.

- Manual de imagen e identidad visual
- Publicidad para la construcción de marca
- Marcas que generan valor

16 horas

3 ESTRATEGIA Y EJECUCIÓN

- Arquitectura de Marcas
- Estrategia y posicionamiento
- Naming: Creación de nombre y Registro marcario.

16 horas

EQUIPO DOCENTE

Expertos en esta área del conocimiento



YASMIN GALVIS ARDILA COORDINADOR ACADÉMICO

Comunicadora Social, Magister en Marketing Digital y Social Media. Consultora en Comunicación y Marketing por 10 años y Docente investigadora para el grupo de Comunicación y Lingüística desde hace 7 años. Directora de los programas de Comunicación de la Universidad Ean - Pregrado en Comunicación y Maestría en Comunicación Estratégica.



MIGUEL GÓMEZ DOCENTE

Publicista. Magíster en Build Program en Babson College, Innovation and Entrepreneurship y Master of Business Administration – MBA, Administración y gestión de empresas, general de la Universidad de los Andes Ha sido docente en el área de Comunicación y Marketing de la Universidad Central, Sergio Arbleda. Director estratégico en empresas como: The Brand Consulting Group, Estrategia y Creatividad, Apple tree communications, Harold Zea & Asociados, además ha sido copy creativo en organizaciones como: Leo Burnett Colombiana SA, Grupo Video Base, emepece + Grupo Inventa, entre otros. Actualmente, es Strategy and Creative Manager para Apple Tree Communications.

RECURSOS TECNOLÓGICOS

Uso de la plataforma Webex. Todos los docentes y estudiantes deberán tener un buen acceso a internet, sonido y cámara para poder facilitar las sesiones.

CERTIFICADOS

La Universidad Ean expide un certificado por participación a quienes asistan al 80% de las sesiones programadas. Los certificados se generan y entregan el día de cierre del programa únicamente a aquellos participantes que hayan cumplido con el mínimo requerido en la presente propuesta en la sesión inmediatamente anterior a la finalización.

DURACIÓN

36 horas