

Educación Continua

TECNOLÓGICO DE MONTERREY

Diplomado

Brand Management

Duración 96 horas

Objetivo general:

Proporcionar un entendimiento a fondo del Brand Management como una ventaja competitiva estratégica

Beneficio:

1. El participante obtiene conocimientos prácticos que puede aplicar de manera inmediata en su trabajo.
2. Las marcas a cargo del participante serán manejadas de manera efectiva, con sentido de estrategia y de negocio.
3. El Diplomado empieza a preparar al participante para abordar en un futuro tareas de mayor complejidad dentro de su organización.

Dirigido a:

Licenciados en Comunicación, Mercadotecnia, Administración.

Experiencia en Gestión de Marcas, Publicidad, Comunicación.

Puestos: Asistentes / Gerentes de Marca; Ejecutivos / Supervisores de Cuenta en Agencias de Publicidad.

Requisito:

Conocimientos básicos sobre Mercadotecnia y Estrategia de Marcas.

Contenido:

Módulo 1 Strategy

Capacitar al Participante para evaluar de manera adecuada el entorno en el cual compiten las marcas a su cargo.

Temario

- 1 Cómo analizar un mercado.
- 2 Panorama macro.
- 3 Evaluación de la Industria.
- 4 Entendiendo Estrategia Corporativa.
- 5 Modelos de Análisis.
- 6 Herramientas Actuales para el Análisis de Mercados.
- 7 Tendencias Actuales en el Mercado.
- 8 Cool Hunting.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 2 Market insights

Proporcionar al Participante con las herramientas necesarias para articular una Estrategia de Marca efectiva.

Temario

- 1 ¿Qué es marketing?
- 2 Básicos de Brand strategy.
- 3 Conociendo al consumidor.
- 4 Posicionamiento / Segmentación.
- 5 Experiential marketing.
- 6 Digital marketing.
- 7 Marketing to millenials.
- 8 The future of brands.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 3 Brand development

Entender cómo dar vida a la Estrategia de Marca.

Temario

- 1 Comunicación de Marcas.
- 2 Briefing Efectivo.
- 3 Cómo Evaluar Creatividad.
- 4 Manejo Efectivo de Agencias.
- 5 Comunicación y Emociones.
- 6 El Consumidor en la Era Digital.
- 7 Luxury marketing.
- 8 Building a global brand.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 4 Brand execution

Llevar al Mercado la Estrategia de Marca.

Temario

- 1 Gestión del punto de venta.
- 2 Planeación de Promociones.
- 3 Amplificación.
- 4 Patrocinios para el logro de objetivos.
- 5 Manejo de redes sociales.
- 6 Posicionamiento WEB.
- 7 Media planning en la era digital.
- 8 ¿Qué sigue después de digital?

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 5 Brand stewardship

Desarrollar las habilidades necesarias para asegurar el manejo adecuado de la Marca a lo largo de sus diferentes manifestaciones.

Temario

- 1 ¿Qué es el Brand Stewardship?
- 2 Ciclo de vida de la Marca.

- 3 Arquitectura de Marca.
- 4 Manejo de Portafolios.
- 5 Influencers y su impacto en las Marcas.
- 6 Manejo de crisis en la era digital.
- 7 Desplegando el Posicionamiento.
- 8 Hacia un modelo de Brand Stewardship.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 6 Brand management

Manejar la Marca con sentido de negocio

Temario

- 1 Cómo hacer un Plan de Marketing.
- 2 KPI Management.
- 3 Brand P&L: Precios / Costos / Ventas.
- 4 Métricas Digitales.
- 5 Inversión de Marketing en la Era Digital.
- 6 Digital Marketing ROI (Return On Investment).
- 7 Decisiones Estratégicas sobre la Marca.
- 8 Brand Economics.

Duración del módulo: 16 horas