

## Curso

### Brand Management - Live

**Duración 80 horas**

#### **Objetivo general:**

Proponer estrategias de marca innovadoras para competir en un entorno dinámico y volátil que le permita potenciar la construcción, desarrollo y gestión de la marca.

#### **Beneficio:**

Actualización de conceptos relacionados con la marca a través de herramientas vanguardistas, prácticas y relevantes ante la nueva normalidad.

Crear un mayor vínculo entre el consumidor, la organización y la marca, para lograr una ventaja competitiva y diferenciación en el sector.

#### **Dirigido a:**

Dueño o socio de una startup.

Ejecutivo junior de marketing.

Ejecutivo junior de comercialización y ventas.

De 3 a 5 años.

Que tenga una marca legal a su cargo para su desarrollo durante el programa.

#### **Requisito:**

Licenciatura terminada. De 3 a 5 años. Conocimientos básicos de administración. Manejo básico de Excel.

#### **Contenido:**

##### **Módulo 1 La evolución de branding en la era de la transformación digital y la nueva normalidad**

Evaluar las diversas variables que afectan el medio ambiente interno y externo para determinar el efecto de las tendencias en la marca.

Temario

1. MKT 1 al 4.
2. La transformación digital y la evolución de la marca.
3. La nueva normalidad y el quehacer del ecosistema de la marca.

**Duración del módulo: 10 horas**

##### **Módulo 2 Employer branding & brand ambassadors**

Proponer un plan de acción para incrementar el employer branding acquisition de la organización.

Temario

1. La propuesta de valor de la marca hacia el colaborador.
2. Apropiación de la marca con los valores del colaborador
3. Estrategia de employer branding para la organización.

**Duración del módulo: 10 horas**

### **Módulo 3 Posicionamiento y diferenciación de la marca**

Evaluar el posicionamiento actual de la marca para identificar áreas de mejora que potencialicen la marca.

Temario

1. Técnicas de segmentación e identificación del target.
2. Posicionamiento a través de los atributos, beneficios, valores y enfoque de la marca.
3. Definición del user-persona en función del posicionamiento de la marca.
4. Propuesta de valor, promesa y establecimiento de credenciales de la marca.

**Duración del módulo: 10 horas**

### **Módulo 4 Identidad de marca**

Identifica los elementos de identidad de marca para la construcción de la marca.

Temario

1. Elementos de la marca y aspectos visuales.
2. Uso de arquetipos para establecer la personalidad de la marca.
3. Creación de una 'brand voice' distintiva y apropiada.

**Duración del módulo: 10 horas**

### **Módulo 5 Resonancia de marca**

Identificar los elementos del modelo de resonancia que ayuden a establecer los vínculos entre la marca y el consumidor.

Temario

1. Modelo de resonancia
2. Conversión de consumidores dentro del funnel de la marca.

**Duración del módulo: 10 horas**

### **Módulo 6 Customer design branding**

Construir un plan de experiencia de marca que agregue valor en cada punto de contacto.

Temario

1. Promesa de marca.
2. Diseño de plan de acción para experiencia de marca.
3. Identificación de resultados del plan: storytelling.

**Duración del módulo: 10 horas**

## **Módulo 7 Arquitectura de marca**

Configurar la estructura de marca organizada en portafolio para la toma de decisiones (interna) de marca, que considere el modelo de gobernanza y la competitividad empresarial.

Temario

1. Modelos de arquitectura de marca.
2. Modelos de brand equity.

**Duración del módulo: 10 horas**

## **Módulo 8 Desempeño de marca y KPIs**

Identificar las actividades en la consecución de los objetivos fijados para lograr la ventaja competitiva de la marca.

Temario

1. Tipos de indicadores de gestión: KPIs SMART y FAST.
2. Detección de disfunciones e irregularidades a través de los KPIs.
3. Aprovechamiento de nuevas oportunidades detectadas de los KPIs.

**Duración del módulo: 10 horas**