

Educación Continua

TECNOLÓGICO DE MONTERREY

Certificación

Brand Management - Live

Duración 120 horas

Objetivo general:

Ser referente para la certificación de las personas para proponer estrategias de marca innovadoras y 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.

Dirigido a:

Dueño o socio de una startup.

Ejecutivo junior de marketing.

Ejecutivo junior de comercialización y ventas.

Experiencia laboral de 3 a 5 años

Licenciatura terminada

Requisito:

Conocimientos básicos de administración.

Manejo básico de excel.

Contar con una marca legal a su cargo para su desarrollo durante el programa.

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

MKT 1 al 4.

La transformación digital y la evolución de la marca.

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

La propuesta de valor de la marca hacia el colaborador.
Apropiación de la marca con los valores del colaborador
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

Técnicas de segmentación e identificación del target.
Posicionamiento a través de los atributos, beneficios, valores y enfoque de la marca
Definición del user-persona en función del posicionamiento de la marca.
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

Elementos de la marca y aspectos visuales
Uso de arquetipos para establecer la personalidad de la marca.
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

Modelo de resonancia
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

Promesa de marca
Diseño de plan de acción para experiencia de marca
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

Modelos de arquitectura de marca
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

Tipos de indicadores de gestión: KPI?s SMART y FAST.
Detección de disfunciones e irregularidades a través de los KPI?s.
Aprovechamiento de nuevas oportunidades detectadas de los KPI?s.

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 9 Brand Management - PIDA

Aplicación de proyecto

Temario

Etapa 1: Sesión informativa
Etapa 2: Presentación y aprobación de propuesta y plan de trabajo
Etapa 3: Sesión de coaching intermedia
Etapa 4: Evaluación final
Etapa 5: Cierre del proceso

Duración del módulo: 40 horas