

Curso

Branding y Gestión Estratégica de Marcas

Descubre los conceptos más importantes del Branding y aprovecha sus ventajas en la creación de valor para diferentes

Desarrolla el posicionamiento de marcas con visión y pensamiento estratégico a través del diseño y la comunicación integral.

Dirigido

- Emprendedores empresariales y ejecutivos que definen la estrategia de marketing y comercial de la empresa.
- Ejecutivos de áreas de marketing y de áreas comerciales, jefes de marca, producto o categoría.
- Egresados ULCB y público en general que desee profundizar en este tema.

Logros de aprendizaje

Al finalizar el curso, el participante será capaz de:



- Conocer y desarrollar conceptos relevantes para entender el Branding y sus beneficios para una organización.
- Evaluar y determinar estrategias que permitan desarrollar marcas de valor.
- Aplicar el Branding en los diferentes entornos del mercado actual.
- Establecer relaciones de confianza que impacten en el posicionamiento de una marca.
- Definir el ADN y la identidad corporativa de una marca.
- Identificar tendencias positivas que generen impacto y que trasciendan en el mercado actual.



Datos generales



Inicio
14 de febrero



Duración
6 sesiones



Horario
Lunes, miércoles y viernes
de 7:00 p.m. a 10:00 p.m.



Modalidad Online
Clases sincrónicas



Inversión
Precio regular: S/900
Promoción (30% dscto.): S/630*

(*) Promoción con cupos limitados.

Requisitos técnicos mínimos y recomendados:
Conexión Internet Casa: Mínimo: 15 Mbps.
Recomendable >= 30 Mbps
Conexión internet móvil: 3G como mínimo.



Certificación

**Certificado emitido por el
Programa de Extensión Universitaria
de la Universidad Le Cordon Bleu**

Plan de estudios

Sesión
1

Introducción al branding

La marca, atributos, importancia, branding, el valor de la marca, conciencia de marca, experiencia de marca, éxito de una marca.

Sesión
3

Gestión estratégica de marcas

Modelo de negocio, el consumidor ideal, posicionamiento, factores que influyen en el posicionamiento, tipos de posicionamiento.

Sesión
5

Comunicaciones integradas de marca

Publicidad, promoción de ventas, relaciones Públicas, publicity, marketing directo, publicidad poco transparente.

Sesión
2

Identidad de marca

Creación y desarrollo, construcción de la identidad de marca, planeamiento de Branding, imagen de marca, propuesta de valor, insights.

Sesión
4

Diseño y arquitectura de marcas

Diseño de marcas, personalidad de la marca, arquitectura de marca, estrategia de marcas, estrategia de promoción, comunicación eficaz.

Sesión
6

El branding en sus diferentes entornos

Marketing relacional, tendencias del Branding, la marca y el entorno, personal Branding, marketing digital.

Nota Importante

- La Universidad Le Cordon Bleu Perú se reserva el derecho de reprogramar o cancelar los cursos que no cuenten con el número mínimo de inscritos establecidos por la institución.
- Se reserva el derecho de modificar la plana docente de acuerdo a disponibilidad o cambios en el programa.
- Los trámites de retiro o cambio sólo se realizan hasta 10 días antes del inicio de clases. Caso contrario deberá asumir la penalización correspondiente. El pago realizado no está sujeto a devolución ni transferencia, el retiro no modifica el monto comprometido a pagar. El retiro es sólo académico y no económico.