

Curso

Branding Estratégico para Marcas Gastronómicas



El branding es una herramienta estratégica para el proceso de creación y gestión de una marca. Es el complemento del marketing, la identidad corporativa y la publicidad.

En este curso conocerás los conceptos relevantes para entender el branding y sus beneficios. Aprende a evaluar y determinar estrategias que permitan desarrollar marcas de valor. Además, conoce como aplicarlo en los diferentes entornos del mercado actual.

Dirigido

- Emprendedores empresariales que definen la estrategia de marketing y comercial de una empresa.
- Ejecutivos de áreas de marketing y de áreas comerciales, jefes de marca, producto o categoría que estén interesados en desarrollar cimientos para una evolución estratégica de marca agregándole valor.

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 las estrategias que permiten desarrollar marcas de valor.
- Aplicar el branding en los diferentes entornos del mercado actual.

Datos generales

- Inicio**
28 de febrero
- Duración**
6 sesiones
- Horario**
Martes y jueves
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

En esta unidad se aprenderán los conceptos y la importancia de la marca, atributos, importancia. El término Branding, y la ciencia que existe detrás de esta práctica, así como el valor de la marca. Conciencia de marca, experiencia de marca y éxito de una marca.

Sesión 2 Identidad de Marca

Se creará y desarrollará la identidad de marca, lo que implica la construcción del ADN de la marca. El planeamiento de Branding. Imagen de marca. Propuesta de valor. Los Insights que serán la pieza clave para desarrollar nuestra propuesta con nuestro target.

Sesión 3 Gestión Estratégica de Marcas

Se analizará el modelo de negocio, así como el público objetivo y el consumidor ideal. El posicionamiento también será clave, así como los factores que influyen en este proceso de éxito. Tipos de posicionamiento.

Sesión 4 Diseño y Arquitectura de Marcas

Se diseñará la gestión de marca, personalidad de la marca. Arquitectura de marca. Estrategia de marcas. Así como la estrategia de promoción, y cómo influye en el posicionamiento. Comunicación eficaz.

Sesión 5 Comunicaciones Integradas de Marca

Se aplicarán estrategias de Publicidad y Promoción de ventas, así como la importancia de las Relaciones Públicas. Publicity. Marketing directo. Y la Publicidad poco transparente.

Sesión 6 El Branding en sus Diferentes Entornos

Aplicaciones de 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.