



**UTN.BA**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL  
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

## **Temario Marcas: Del propósito a la estrategia**

La presentación de los temas a continuación está delineada en un formato de curso/ módulo de 2 meses y medio:

- Introducción general al mundo de las marcas y sus ámbitos de aplicación: marcas corporativas, marcas de productos y servicios, marca personal.
- Apertura al mundo del autoconocimiento para descubrir un propósito y construir una marca.
- Fundamentos y herramientas para la generación de propuestas de valor sustentadas en marcas fuertes.
- Creación de marcas con propósito como base para el desarrollo de negocios sustentables.
- Introducción al mundo digital para la comunicación de marcas.

### **CRONOGRAMA DE CLASES**

Clase 1: Introducción al mundo de las marcas. ¿Qué es una Marca?

Clase 2: Ámbitos de aplicación de las marcas: corporativa / empleadora, de productos y servicios, personal.

Clase 3: El autoconocimiento como punto de partida. Identidad Esencia Propósito F.O.D.A. Personal.

Clase 4: Test de Liderazgo o personalidad. Objetivos: ¿Hacia dónde quiero ir? Confianza. Construcción de resultados.

Clase 5: Funciones de la Marca. Segmentación. Posicionamiento. Plano simbólico de las marcas. Percepciones. Imagen de marca. Conciencia. Personalidad. Asociaciones de marca. Construcción de la identidad y propuesta de valor 4 p's y 7 p's.

Clase 6: Arquitectura y Jerarquía de Marcas: Nuevos productos, extensiones de línea. Valor Capital Marca. Bloques constructores de marca. Medición del valor de las marcas. Marco legal de las marcas.

Clase 7: Branding, un ejercicio para la diferenciación. Diferencia entre mirada interna y mirada externa de nuestra comunicación. Esencia, Identidad e Interacción; cómo generar coherencia y generar valor de marca.

Clase 8: De la esencia al propósito. Golden Circle; ¿qué pasaría si nuestra marca no existiera?. Empresas con impacto positivo. Comunicar desde el propósito. Herramientas para comunicar efectivamente nuestro impacto.

CLASE 9: Estrategia y objetivos. Ecosistema de redes sociales. Facebook. Instagram, LinkedIn. Twitter. Calendarización.

CLASE 10: Segmentación para pautas publicitarias en FB e IG. Herramientas digitales. Formatos y tipos de publicaciones. Nuevos algoritmos.