



# UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL  
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

## Gestión de Marcas

*Este curso pertenece a la **Diplomatura en Marketing Integral** y se corresponde con el Módulo IV de la misma.*

### PRESENTACIÓN

El curso Gestión de Marcas, introducirá a los alumnos al mundo de las marcas. Conocer que cuando uno lleva adelante una empresa o un emprendimiento es muy importante la creación y gestión de la marca como valor intangible a desarrollar. Aprender a darle valor al producto o servicio que ofrecemos, crear la identidad, personalidad de marca, sentar las bases de lo que representa, para luego gestionar la marca y conquistar el espacio de mercado al que se dirige. Entender que las personas y las marcas también se comprometen, generan empatía con el consumidor, aquel con quien compartimos valores, cultura y creencias para desarrollar una relación a largo plazo de marca y mercado. Curso teórico práctico con debate y análisis de casos reales.

### OBJETIVOS

- Introducir al alumno en el mundo de la creación y gestión de marcas.
- Conocer cómo generar valor en las marcas de productos y servicios, marca personal y marca empleadora.
- Lograr desarrollar una estrategia de marca y poder implementarla
- Analizar casos reales de Branding en un contexto de aprendizaje y retroalimentación

### DESTINATARIOS

Dirigido a:

- Personas interesadas en obtener herramientas para proyectar o bien potenciar un negocio y/o emprendimiento.
- Profesionales de disciplinas diversas que deseen adquirir conocimientos en relación con las actividades comerciales y el mundo de los negocios.

### REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

No se requieren conocimientos previos de Marketing.

### DURACIÓN

10,5 horas distribuidas en 3 encuentros presenciales de 3,5 hs. Carga horaria semanal: 3,5 hs.

## **TEMARIO**

- Definición Marca. Niveles de Significado. Marca aplicada a distintos ámbitos: productos y servicios, corporativo, persona, comercio, etc.
- Proceso de construcción y administración estratégica de marca. Valor Capital de la Marca basado en el cliente. Bloques constructores de Marca.
- Identidad, Propuesta de Valor, Beneficios. Personalidad.
- Conciencia, imagen y personalidad de marca. Funciones de la marca. Creación de Valor para el cliente.
- Branding. Integración de programas y actividades de marketing. Personalización del marketing.
- Posicionamiento marcario, tipos de posicionamiento.

### **Cronograma de Clases**

Clase 1: Introducción al Mundo de las Marcas: Concepto de Marca. VCMBA – Valor Capital Marca basado en el Cliente. Marca como Producto/Servicio/Empresa/Persona.

Clase 2: Bloques constructores de Marca. Identidad. Propuesta de Valor. Personalidad. Conciencia de Marca. Funciones de una Marca.

Clase 3: Imagen de Marca. Simbología y Elementos de Marca. Posicionamiento Marcario. Tipos de Posicionamiento. Branding: Concepto, Aplicación. Estrategia de Marca.

## **DOCENTE / COORDINADORA**

Lic. Andrea Del Grecco

## **METODOLOGÍA DEL TRABAJO**

El curso propone un contexto de aprendizaje dinámico en el que el docente sea nexo entre los contenidos teórico-prácticos y los alumnos, promoviendo un espacio de intercambio de ideas, debate y retroalimentación de experiencias entre los asistentes.

Una de las premisas que regirá la cursada es la de tratar casos reales para su análisis, crítica y mejora. La idea es que, con la teoría como marco, el aula se convierta en un taller en el que se estimule la producción de contenidos creativos para proyectos personales o de empresas.

Durante los encuentros, que serán presenciales, se utilizarán presentaciones en Power Point, notas periodísticas y material audiovisual. Además, los asistentes contarán con material digital. Se podrán requerir participaciones virtuales a través del campus y/o actividades domiciliarias individuales y/o grupales.

## **PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN – CERTIFICACIÓN**

Los criterios y metodología de evaluación se basarán en prestar atención en la participación y feedback en clase de los alumnos. Se considerará también la realización de los ejercicios propuestos en clase (análisis de casos y aplicación de la teoría en la práctica) o bien a través del campus virtual.

Al final de cada curso/módulo el docente a cargo evaluará a los alumnos a través de una actividad integradora de cierre.

La sumatoria del desarrollo del Trabajo Práctico Final, las actividades integradoras del módulo y el 80% de asistencia al curso habilitarán al alumno a solicitar la certificación de la diplomatura.