

# DESARROLLO Y CONSTRUCCIÓN DE MARCA





# DESARROLLO Y CONSTRUCCIÓN DE MARCA

## PRESENTACIÓN

El curso Desarrollo y Construcción de Marca, 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

### 1. Objetivos Generales

Proporcionar a los participantes el conocimiento general del proceso de desarrollo y construcción de una marca.

### 2. Objetivos Específicos

- 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:

Emprendedores, Empresarios, Directores, Gerentes, ejecutivos de ventas, diseñadores, community managers, personal de áreas de marketing, ventas y servicio al cliente y en general a todas aquellas personas que tengan a su cargo la responsabilidad de manejar o formar parte de áreas comerciales, venta y comunicación. Personas interesadas en obtener herramientas para proyectar o bien potenciar un negocio y/o emprendimiento.

\*No se requieren conocimientos previos de Marketing.

## Datos del Curso

Este curso tiene una duración de 2 meses de 28 hs. totales. Son 8 encuentros de 3,5 hs. cada uno, a dictarse 1 vez por semana.

## Metodología de 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 de las evaluaciones de cada curso/ módulo y el 80% de asistencia al curso habilitarán al alumno a solicitar la certificación de la diplomatura

## Temario

La presentación de los temas a continuación está delineada en un formato de curso de 8 jornadas.

1. Introducción al mundo de las marcas. ¿Qué es una Marca?. Aplicaciones.
2. Valor Capital Marca. Conciencia. Imagen de Marca. Funciones de la Marca. Bloques constructores de Marca
3. Construcción de la Identidad y propuesta de Valor. Personalidad. Asociaciones de Marca.
4. Posicionamiento. Paradigmas del posicionamiento. Segmentación
5. Arquitectura y Jerarquía de Marcas: Nuevos productos, extensiones de Línea
6. Implementación de Programas de Marketing de la marca. 4 p's y 7 p's.
7. Introducción a la marca personal, corporativa y de productos y servicios. Marco legal de las marcas: registro y legislación vigente.
8. Taller de aplicación teórica casos prácticos.

## Docentes

*Gabriela Lazzatti, Andrea Del Grecco*

## Coordinación

*Andrea P. Del Grecco  
Llc. en Comercialización*

Si te interesa esta propuesta u otras del espacio, puedes escribirnos a:  
[marketing@sceu.frba.utn.edu.ar](mailto:marketing@sceu.frba.utn.edu.ar)