

BRANDING CORPORATIVO





BRANDING CORPORATIVO

Cómo construir y gestionar marcas corporativas exitosas

PRESENTACIÓN

Las marcas corporativas son poderosos vehículos de construcción de valor para las marcas de los productos y/o servicios que una organización comercializa, potenciando la percepción de calidad, respaldo y prestigio que los clientes y consumidores tienen hacia ellas. Sin embargo, las marcas corporativas tienen un potencial mucho más extenso, que incluye la mirada interna del capital humano de las organizaciones (marca empleadora) como así también la relación con todos los agentes externos con los cuales éstas se relacionan a través de sus áreas de relaciones públicas, asuntos corporativos, responsabilidad social empresarial, relación con inversores y proveedores, etc. Este curso, propone justamente el estudio de las marcas corporativas en su sentido más amplio, para poder desarrollarlas hacia su máximo potencial.

Objetivos

- Identificar los distintos aspectos de impacto de una marca corporativa en sus diversos públicos objetivos: capital humano y agentes externos
- Conocer los vehículos de construcción de valor de una marca corporativa a nivel de comunicación interna y externa
- Desarrollar una estrategia de marca corporativa sólida, compatible y potenciadora de la estrategia general de negocios de una compañía
- Analizar casos reales de marcas corporativas en un contexto de aprendizaje y retroalimentación colaborativa

Destinatarios

Dirigido a:

- Personas interesadas en obtener herramientas para proyectar o bien potenciar la marca corporativa de un negocio y/o emprendimiento.
- Personas del ámbito de gestión de recursos humanos, relaciones públicas y asuntos corporativos, responsabilidad social empresarial, relación con inversores y proveedores de una compañía
- Profesionales de disciplinas diversas que deseen adquirir conocimientos en relación con las actividades comerciales y el mundo de los negocios.

*No se requieren conocimientos previos de Marketing.

Datos del curso

Este módulo/curso tiene una duración de 4 encuentros presenciales de 3,5 hs. Total: 14hs.

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.

Temario

La presentación de los temas a continuación está delineada en un formato de curso/ módulo de 4 clases.

- Definición de marca corporativa y sus distintos aspectos de impacto interno y externo
- Proceso de construcción y administración estratégica de marca empleadora

- Gestión de la marca corporativa en relación a los distintos agentes externos de la compañía
- Métodos de análisis y medición del posicionamiento y valor de la marca corporativa

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 actividades integradoras del módulo y el 80% de asistencia al curso habilitarán al alumno a solicitar la certificación de la diplomatura.

Docente

Gabriela Lazzatti

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