



INSTITUTO SÉNECA

Centro Internacional de Postgrado



Diploma de Experto en

CREACIÓN Y GESTIÓN DE MARCA

Convocatoria abierta - online

Presentación

ACTUALIZANDO EL CONOCIMIENTO

La **marca** ha pasado de ser un intangible subordinado a un sin número de variables, a ser una pieza clave que combina con los elementos tangibles de una organización, imponiéndose a una serie de criterios, y liderando el posicionamiento de cualquier entidad empresarial o institucional.

La **creación de una marca** o de una **submarca** viene determinada por el producto o servicio que se pretende poner en el mercado, por el entorno que se tiene, por el público objetivo al que va dirigida, y por los valores que le serán asociados, de forma tal que vincule a todos los actores involucrados en una **comunidad de marca**.

La presencia en la red de las **comunidades de marca**, requiere de especialistas capaces de gestionar con acierto ese **espacio virtual** en el que se encuentran: la organización, los consumidores o usuarios de la marca, los admiradores de la marca, y la **marca** propiamente dicha, con todos los atributos con los que se le ha dotado o que le han sido asociados, independientes de las características o prestaciones del producto o servicio que la lleva.

Adicionalmente, el potencial que representa contar con una **marca** para un país, una marca ciudad o una marca región, imprime carácter y señala la diferencia a la hora de promocionar con éxito destinos turísticos y singularizar cualquier oferta doméstica o internacional.



Objetivos

ACERCANDO METAS

- ◆ Conocer las principales técnicas y dinámicas asociadas a la creación de una marca.
- ◆ Comprender la importancia de la representación gráfica de una marca.
- ◆ Familiarizarse con los atributos de marca: vinculantes, asociados, diferenciados, lógicos, etc.
- ◆ Saber la semiótica de una marca: percepción e interpretación de los signos que proyecta.
- ◆ Aprender a darle a una marca personalidad propia.
- ◆ Saber diseñar una arquitectura de marca para potenciar la identidad corporativa.
- ◆ Conocer cómo gestionar una cartera donde coexista la marca matriz con marcas secundarias.
- ◆ Familiarizarse con las técnicas de comunicación de marca en la red.
- ◆ Saber cómo construir una marca geográfica: marca país, marca ciudad, marca región.
- ◆ Conocer las ventajas del *co-branding* en la gestión comercial de una marca.
- ◆ Familiarizarse con los mecanismos de protección de marca.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

A **emprendedores** y **empresarios** que deban afrontar el reto de diversificar su marca.

A responsables de **Mk** que deseen ampliar sus competencias para gestionar una cartera de marcas.

A **Product Managers** y **Community Managers** que trabajen en sectores de gran competitividad.

Programa

COMPARTIENDO CONOCIMIENTO

1. Definición del concepto de marca

- Función legal de una marca
- Copia y falsificación de marca
- Elementos y componentes de una marca

2.- Cómo crear una marca

- Formas de asociación en la creación de marca
- Categorías de nombres de marca
- Características de una buena marca
- Los colores asociados a una marca

3.- Clases de logotipos

- Evolución de la identidad visual de una marca
- Marcas clásicas y las marcas del siglo XXI
- Clasificación de las marcas

4.- Branding y Management

- *Branding* interno o *inside branding*
- La gestión de una marca y el reto de las TIC's
- Valoración y reconocimiento de marca

5.- Arquitectura de marca

- La marca matriz y las marcas subordinadas
- La marca matriz y las segundas marcas
- La extensión vertical superior e inferior de marca
- La extensión horizontal de marca

6.- Tipos de marcas y estrategias de gestión

- Gestión de marca a través de patrocinios y demás eventos
- Comunidades de marca y estrategias de cartera de marcas
- La gestión del *E-branding* y la gestión de marcas *off-line*
- Las redes sociales y la gestión de marca

7.- Cómo crear una marca país / ciudad / región

- Elementos creados y elementos vinculados a la marca
- Estudio de características y símbolos asociativos
- Fundamentos de una marca geográfica
- La valoración de una marca geográfica

8.- La comunicación de una marca geográfica

- Estrategias de comunicación aplicadas a ese tipo de marcas
- El lanzamiento de una marca geográfica
- Promoción y participación de los agentes locales

9.- El Manual de Identidad Corporativa

- Normas básicas de uso de la identidad corporativa
- La identidad visual y los colores corporativos
- Tipografías corporativas
- Aplicaciones de la identidad corporativa

10.- Gestión de la reputación de marca

- Las fases de una situación de crisis
- La gestión de la Comunicación en cada etapa de la crisis
- La reputación de marca *off-line*
- Las redes sociales y la reputación de marca *on-line*

MODALIDAD “EN LÍNEA”

En este **Curso** las personas inscritas contarán con un **Campus Virtual**, desde el que podrán descargar los contenidos para su revisión y visualizar los vídeos que hayan sido programados. Asimismo, en el **Campus Virtual** encontrarán material adicional, bibliografía, glosario de términos y enlaces a artículos de interés relacionados con la materia.

ACREDITACIÓN

Los alumnos que superen una prueba de conocimientos recibirán el **Diploma** acreditativo del **Instituto Séneca - Centro Internacional de Postgrado**.

TUTORÍAS

Todos los **profesores / tutores**, son reputados profesionales y expertos en cada una de las áreas que les toca abordar, y estarán a disposición de los alumnos los meses que dure la acción formativa, dinamizando el aprendizaje y resolviendo cualquier cuestión que pudiera presentarse.

DURACIÓN: 250 horas – 4 meses

INICIO: al matricularse

PRECIO: 850 euros



El **Instituto Séneca**, es un centro privado de formación postgrado que desde 1997 imparte a nivel nacional e internacional **Másteres y Cursos de Especialización**, en las áreas de más demanda de profesionales cualificados.

A lo largo de estos años, las acciones formativas que se imparten en esta Institución han contribuido a que los alumnos que estaban trabajando mejoraran la efectividad de sus funciones en cuanto a gestión, liderazgo y aplicación de técnicas, obteniendo una importante revalorización personal y profesional dentro de las organizaciones a las que pertenecían.

En cuanto a los alumnos que no estaban trabajando cuando se matricularon y buscaban incorporarse al mercado laboral, vieron ampliadas sus posibilidades y cumplidas sus expectativas con unos estudios que, además de aportarles conocimientos, los llenaban de seguridad.

Con el fin de dar un valor añadido a sus actividades, el **Instituto Séneca** tiene suscritos una serie de **Convenios de Cooperación Educativa con Universidades** y otras organizaciones para la emisión de Títulos, Diplomas y Certificaciones para sus **Másteres y Cursos de Especialización**.



INSTITUTO SÉNECA
CENTRO INTERNACIONAL DE POSTGRADO DE ESPAÑA

Velásquez, 86 B Planta Baja – 28006 Madrid – España – Tel. (+ 34) 91 577 02 65

www.instituto-seneca.edu - info@instituto-seneca.edu