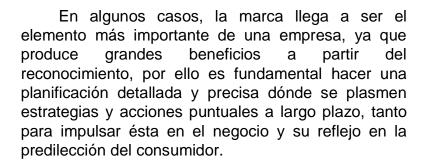




CURSO GESTIÓN DE MARCAS

La gestión de marca no solo se basa en mantener el auge y establecer un posicionamiento importante ante la competencia. Con la gestión de marca, se busca lograr una diferencia notable ante el público, pues se ponen en juego atributos diferenciales como: calidad, utilidad, costo y versatilidad; indispensables para lograr el éxito de una empresa o emprendimiento.



Este curso en línea te brindará bases para impulsar la importancia de posicionarse en el mercado, generando un impacto positivo en el crecimiento de tu empresa, obteniendo consigo fidelidad y credibilidad del cliente – consumidor a través de acciones y estrategias de marketing coherentes y comprometidas en Customer Center.





Formación Smart es una solución de vanguardia para la capacitación empresarial, que aprovecha los avances de la tecnología y la creciente cultura digital mediante contenidos de valor realizados por expertos profesionales en su campo.

Ahora, lograr la formación de personas en la empresa es mucho más fácil, masiva y económica.

Formación Smart permite:

- $\sqrt{\text{Mayor gestión del conocimiento.}}$
- √ Reducción de costos innecesarios en materia de capacitación.
- $\sqrt{\text{Implementación inmediata.}}$
- √ Acceso 24/7 los 365 días del año.
- $\sqrt{\text{Más productividad yeficiencia.}}$







CURSO GESTIÓN DE MARCAS

Dirigido a:

Organizaciones, empresas e instituciones tanto públicas como privadas, interesadas en el crecimiento y posicionamiento de su negocio a través de estrategias y acciones que generen rentabilidad al negocio.

Objetivos:

- Conocer aspectos principales sobre la gestión de marca: definición, rol, importancia, tipos y componentes.
- Reconocer la importancia del papel que juega la gestión de marca para la empresa y lo que se ofrece al target de su negocio.
- Aplicar herramientas que contribuyan en la construcción de la identidad, posicionamiento y valor de la marca, los cuales permitirán lograr esa comunicación y compromiso en el cliente.

MÓDULO 1

Materia 1: Conceptos básicos

- Qué es una marca.
- De quién es la responsabilidad.
- Importancia de la marca.
- Tipos y componentes de la marca.

Materia 2: Arquitectura de marca

- Qué es la arquitectura de marca.
- Marca monolítica.
- Marca respaldada.
- Marca independiente.
- Marca mixta.

Materia 3: Dimensiones de la gestión de marca

- Concepto de marca.
- Identidad.
- · Conciencia.
- Posicionamiento.
- Fidelidad.
- Capital de marca.
- Valor de la marca.

Materia 4: Identidad de marca

- Identidad corporativa.
- El símbolo de la marca.
- Nombre de la marca.
- Manual de marca.

Materia 5: Gestión de marca

- Branding.
- Estrategia de la gestión de marca.
- 5S de la gestión de marca.
- Gestionar la experiencia del cliente desde la marca.
- Brand Journalism: Las marcas como medios de Comunicación.

