

## CURSO

# GESTIÓN DE MARCAS

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

La marca es considerada como el elemento más importante de una empresa, ya que hace que la misma sea reconocida, por ello es fundamental hacer una planificación detallada y precisa dónde se plasmen acciones o estrategias que sean útiles a largo plazo, no solo para el negocio, sino también para el consumidor.

El curso en línea de Gestión de Marcas, reconoce la importancia de posicionarse en el mercado, generando un impacto positivo, que permita el crecimiento de la empresa, obteniendo consigo fidelidad y credibilidad del usuario a través de acciones y estrategias de marketing coherentes y comprometidas.



Formación Smart es una solución de vanguardia para la capacitación empresarial, que aprovecha los avances de la tecnología y la creciente cultura digital que se ha potenciado con el uso de computadoras personales, tablets y teléfonos inteligentes.

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

Formación Smart permite:

- ✓ Mayor gestión del conocimiento.
- ✓ Reducción de costos innecesarios en materia de capacitación.
- ✓ Implementación inmediata.
- ✓ Acceso al programa las 24 horas del día, 365 días al año, y desde múltiples dispositivos.
- ✓ Más productividad y eficiencia.



### 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 con el cliente.



#### MÓDULO 1

##### Materia 1: Conceptos básicos

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