



Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

Curso

BRANDING: EL VALOR DE CONSTRUIR MARCAS CON PROPÓSITO

Si por años el camino para construir valor estuvo anclado en la capacidad de las marcas de ser diferentes, hoy esto se hace insuficiente. Es clave comprender que las marcas constituyen un activo estratégico para las organizaciones, y que, como tal, es necesario gestionarlo y desarrollarlo con visión de largo plazo.

Pero aún más importante y dado el contexto actual, es que los consumidores-personas-ciudadanos exigen a las marcas y empresas que se involucren en los temas que son relevantes para la sociedad. Y, por lo tanto, esperan empresas-marcas ciudadanas, comprometidas no sólo con tener buenos resultados en su negocio, sino además con generar un impacto positivo en el mundo y la sociedad.

Este curso, se centra en el valor de la marca y su construcción desde el propósito, y cómo se gestiona desde lo táctico hasta lo más estratégico.

Lifelong Learning **UDD**

El valor de la formación sin límites

OBJETIVOS



- Identificar y manejar los conceptos claves en el proceso de creación, desarrollo y gestión de marcas.
- Comprender cómo se construye y se mide el valor de una marca, en qué consiste su agregación de valor y la integración de los mundos simbólicos y los atributos funcionales.
- Conocer los procesos y dimensiones involucradas en la definición de una estrategia de marca.
- Entregar modelos y casos prácticos sobre la gestión de las marcas, de manera que puedan entender y analizar diferentes estrategias que utilizan las empresas para desarrollar sus marcas en el mercado.
- Conocer algunas herramientas fundamentales que permiten gestionar marcas en el mercado: opciones estratégicas, arquitectura, activación.
- Comprender el valor de lo experiencial en los procesos comunicacionales de la marca y la forma en que los consumidores perciben la marca y toman decisiones.

DIRIGIDO A



Profesionales del marketing, la comunicación o ciencias afines interesados en entender al nuevo consumidor y las nuevas dinámicas de generación de valor en el ecosistema digital contemporáneo, que busquen desarrollar estrategias para implementar en el mundo corporativo, publicitario o periodístico con la finalidad de conectar con sus públicos y sumar a los objetivos estratégicos de la organización.

PROGRAMA

El programa consta de:

- 6 sesiones de 90 minutos de duración cada una.
- 9 horas cronológicas totales.

MÓDULO 1 - Conceptos Básicos y modelos de marca:

- ¿Qué son las marcas? Conceptos básicos.
 - Definiciones tradicionales de marca.
- Modelos de desarrollo y gestión de marcas.
 - Brand Equity y BAV.
 - Relevance Index.

MÓDULO 2 - El rol de la marca en el contexto actual y el valor del propósito:

- Desafíos a los que se enfrentan las marcas y empresas en el contexto actual.
- El valor de construir marca desde el propósito.
- Ejemplos de marcas con propósito.

MÓDULO 3 - Proceso estratégico de diagnóstico de la marca:

- Definición del problema.
- Elementos del 5D: Negocio, Sociedad, Entorno Competitivo, Consumidor, Marca.
- Preguntas, herramientas y modelos de análisis.

PROGRAMA

MÓDULO 4 - Definición estratégica: Construyendo propósito, valor y compromiso:

- Proceso estratégico: **Definiciones estratégicas.**
- ¿Cómo definir propósito, posicionamiento, pilares y compromisos?
- Ejercicio: **Modelo 5D aplicado.**

MÓDULO 5 - La marca en acción: Identidad visual y diseño de experiencias:

- Proceso estratégico: **Marca en Acción**
- De las definiciones a la identidad.
- De las definiciones a la experiencia y la innovación.

MÓDULO 6 - Marca en Acción: Comunicación y cultura interna:

- Proceso estratégico: **Marca en Acción**
- De las definiciones a las comunicaciones y cultura interna

PROFESOR



Olga Mardones Apablaza.

Máster en Marketing de la Universitat de Barcelona, psicóloga de la Universidad de Santiago.

Consultora en estrategia de marcas e investigación estratégica, con más de 20 años de experiencia en levantamiento de insights del consumidor, y construcción y desarrollo de marcas en diversas industrias en América Latina y Europa.

Con experiencia en docencia en temas de investigación y marcas en Chile y España, tanto a nivel de pregrado como de postgrado.

MODALIDAD



- 100% Online vía Zoom bajo plataforma Canvas UDD.
- Remoto Sincrónico: Clases donde alumnos y profesor se conectan simultáneamente a una clase.

METODOLOGÍA



- Clases interactivas en tiempo real con sesiones lectivas y casos prácticos.

REQUISITOS DE APROBACIÓN



- Para la aprobación del programa se exige una nota mínima de 4,0 junto con una asistencia mínima de 75%. Ambos requisitos son necesarios.
- El programa comprende la entrega de material académico de la Universidad del Desarrollo y la entrega de certificado académico a quienes aprueben el mismo.

INFORMACIÓN GENERAL

CLASES

Martes 17, 24 y 31 de agosto 2021 de
Jueves 19, 26 y 2 de septiembre 2021.

HORARIOS:

18:30 a 20:00 hrs. (Hora de Chile).

MODALIDAD:

100% Online.
Vía Streaming bajo plataforma Canvas UDD.

DESCUENTOS:

25% Alumni UDD Postgrado y Pregrado.
Descuentos especiales para grupos de empresas.

VALOR PROGRAMA:

\$120.000 CLP

CONTACTO:

Teléfono: +56 225783463
E-mail: postgradocomunicaciones@udd.cl

¡Inscríbete!

La Universidad se reserva el derecho de dictar o no el programa, según contingencia o motivo de fuerza mayor. Así mismo, las fechas, cursos y profesores detallados en el presente programa pueden variar por motivos de fuerza mayor, y de ocurrir, será notificado oportunamente a sus alumnos.

UDD
Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

AN
Comisión Nacional
de Acreditación
CNA-Chile

5 Universidad del Desarrollo
ACREDITADA
Noviembre 2016 - Noviembre 2021
- Gestión Institucional
- Distancia de Aprendizaje
- Vinculación con el medio
INVESTIGACIÓN
AÑOS

LifelongLearning UDD

El valor de la formación sin límites