

<b>Nombre del curso</b>	<b>Gestión Estratégica de Marca</b>
<b>Descripción del curso</b>	<p>El curso pretende, dada la indiscutible omnicanalidad del mercado, rapidez de la información y constante cambio social, que el alumno sea capaz de gestionar en forma correcta, creativa y coherente al ADN de las marcas y de esta forma posicionarse o reinventarse en el mercado del branding estratégico. Por medio de una metodología de aplicación conceptual y estudio de casos reales, se destacarán las distintas herramientas de gestión estratégica de Marca.</p>
<b>Objetivos</b>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Comprender los conceptos generales sobre la gestión de marca y como se puede crear, medir y sustentar el valor de marca para ampliar las oportunidades de negocios.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar los conceptos generales sobre la gestión de marca.</li> <li>- Examinar cómo administrar el valor de la marca</li> </ul>
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Construcción de una Marca, que es una marca. Misión, visión y valores de marca.</li> <li>- Creación de Valor de Marca, lenguaje, estrategia, ADN de las Marcas.</li> <li>- Posicionamiento de Marca, canales.</li> <li>- Criterios para elegir Elementos de la Marca</li> <li>- Tácticas para uso de Elementos de Marca</li> <li>- Valor de la Marca basado en el Cliente, Mundo Omnicanal de experiencia de marca.</li> </ul>
<b>Modalidad de evaluación</b>	<p>Las calificaciones parciales y sus respectivas ponderaciones que conformarán la nota final son las siguientes:</p> <p>Participación en clases, preparación y exposición de Casos 50%</p> <p><b>EXAMEN FINAL</b> (Desarrollo de una estrategia de gestión de Marca en tiempos de crisis) 50%</p>

<p><b>Bibliografía</b></p>	<p><b>Básica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autor / Andy Stalman</li> <li>- Título / Humanoffon</li> <li>- Edición / primera</li> <li>- Editorial / Deusto</li> <li>- Año / 2016</li> <li>- ISBN</li> <li>- Tipo de Bibliografía / Complementaria</li> </ul> <p>Autor / Andy Stalman</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Título / Brandoffon</li> <li>- Edición / 3ra</li> <li>- Editorial / Grupo Planeta</li> <li>- Año / 2014</li> <li>- ISBN 9788498753653</li> <li>- Tipo de Bibliografía / Complementaria</li> </ul>
	<p><b>Recomendada:</b></p> <p>Artículos del Journal of the Academy of Marketing Science</p> <p><a href="https://www.branderstand.com">https://www.branderstand.com</a></p> <p><a href="https://ipmark.com">https://ipmark.com</a></p>

