

MARKETING Y VENTAS

CREACIÓN DE MARCAS EXCEPCIONALES

DESCRIPCIÓN GENERAL

El curso abarca de manera integral, práctica y con enfoque estratégico, las principales variables necesarias para la creación y gestión de marcas. Las marcas se crean como entidades vivas que conectan a la empresa con sus consumidores potenciales, activándolos hacia el consumo y por tanto el desarrollo económico de la organización. El curso busca desarrollar los fundamentos de la creación de marcas desde el modelo Consumer Based Equity Model del profesor Kevin Lane Keller. Este modelo es muy práctico y sencillo de entender y pone en el centro de las decisiones al consumidor.

Se desarrollarán casos prácticos, discusiones en clase, videos y exposiciones magistrales en las que se revisarán estrategias exitosas y no exitosas, y su aplicación en un ejercicio práctico de creación de marca para productos o servicios usando los principios de la metodología de design thinking.

DIRIGIDO A

A profesionales de las áreas de marketing, ventas, publicidad, investigación de mercados y de las comunicaciones en general que quieran incursionar en metodologías para la creación de marcas excepcionales y duraderas para su empresa, logrando la sostenibilidad de la misma con mucha rentabilidad. También a profesionales que quieren conocer la disciplina e incursionar en el área de marketing

OBJETIVO

Objetivo General

Obtener conocimientos básicos para la creación de marcas para todos aquellos profesionales y emprendedores que tienen ideas de nuevos productos o servicios en mente y que buscan una metodología práctica para un lanzamiento coherente a las necesidades de su grupo objetivo.

Objetivos Específicos

- Identificar los aspectos clave a tener en cuenta a la hora de enfrentar la creación, rejuvenecimiento o reposicionamiento de una marca.
- Aprender a tomar decisiones de diseño de marcas e innovación prácticas en tiempo y uso de recursos económicos usando la metodología Design Thinking.

METODOLOGÍA

La metodología de enseñanza es eminentemente práctica y aplicada. Busca promover la participación activa del estudiante durante el desarrollo de las sesiones mediante una interacción continua, desarrollo de trabajos aplicativos, controles de lecturas y las discusiones acerca de temas propuestos en cada sesión.

Se busca que los participantes interactúen entre sí mediante dinámicas aplicadas con herramientas de última generación y discusión de casos compartiendo experiencias y enriqueciendo su red de contactos.

TEMARIO

- Estrategias para la Creación de Valor a través de la Marca
- Modelo de creación de marcas: Paso 1 Design Thinking (DT) Comprender
- Para quién creamos las marcas: Paso 2 (DT) Empatía
- Definición de Producto: Bien o Servicio. Paso 3 (DT) Definir problema e Idear
- Identidad de Marca. Paso 4 (DT) Prototipar
- Experiencia de Marca. Paso 5 (DT) Testear
- Auditoría de Marca

EXPOSITORA

Claudia Villarán Zegarra

La Profesora Villarán es Master en Dirección de Empresas, PAD de la Universidad de Piura. Estudios en Kellogs School of Management e IDEO, EE. UU. Fue Vicepresidente de Marketing en Belcorp Perú; Directora Regional de Ventura Intl Ltd., empresa filial de Belcorp para el mercado americano; y Directora de la marca Cyzone en Perú. Experta en creación de nuevos negocios y marcas. Consultora de marketing e innovación. Profesora del Área de Marketing, Emprendimiento y Responsabilidad Social de Centrum Católica Graduate Business School.

DURACIÓN: 24 HORAS

DÍAS: MARTES