

Diplomado
Gerencia de
Marca y Producto

MODALIDAD: EN LÍNEA

DURACIÓN: 6 MESES

Si eres ...

- Mercadólogo, comunicólogo, administras un negocio o te dedicas a la gestión de marcas y publicidad, este diplomado es para ti.

Aprenderás ...

- Acerca de herramientas y conceptos para poder manejar marcas y acceder a un perfil de brand manager en tu empresa.
- A gestionar con herramientas y estrategias digitales, las marcas a tu cargo.
- Acerca de la gestión de marcas y podrás postularte para colaborar en el equipo de Marketing si eres de otra área.

Al concluir este programa...

- Tendrás las herramientas necesarias para gestionar de manera efectiva una marca, y lograr que los productos o servicios que comercializa tu empresa, ofrezcan una ventaja competitiva para los posibles clientes.

MÓDULOS

01 La Gerencia de Marca y Producto en la Era Digital

1. El Gerente de Marca/Producto y los modelos de negocio en la era digital.
2. La nueva ruta de decisión de consumidores y organizaciones.
3. Gestión de clientes y experiencias: CX, UX y UI.
4. Investigación de Mercados a través de agencias: Buenas prácticas.
5. ¿Plan de Marketing o Plan de Marketing Digital?
6. Desarrollo del plan de marketing: Metodología BP*.
7. Entregable.

02 Finanzas y presupuestos para marketing

1. Estado de resultados de la marca o línea de productos.
2. Costos, gastos y punto de equilibrio.
3. Métricas financieras para Marketing.
4. Rentabilidad de los clientes.
5. El "presupuesto" del plan de marketing y pronósticos.
6. Entregable.

03 Desarrollo de nuevos productos y gestión de productos establecidos: Presentación de plan de marketing (BP®) y ejecuciones. Jane HOLSTEIN

1. Proceso de desarrollo de nuevos/productos y servicios.
2. Mapas de experiencia del cliente (CX): Buenas prácticas.
3. Experiencia de usuario (UX): Buenas prácticas.
4. Estrategias de marketing para el lanzamiento de nuevos/productos y servicios.
5. Gestión de productos/servicios establecidos.
6. Estrategias de marketing para productos y servicios establecidos.
7. Entregable.

MÓDULOS

04 Branding y Posicionamiento

1. Introducción al Branding
2. Brand equity.
3. Valuación de marcas.
4. Identidad y posicionamiento de marcas.
5. Portafolio y arquitectura de marcas.
6. Extensión de marcas.
7. Brand Equity Scorecard.
8. Entregable.

05 Estrategias de comunicación 360°: Medios tradicionales

1. Proceso de planeación y desarrollo de campañas 360° en el modelo BP*
2. Brief y Brief creativo.
3. Plan de medios.
4. Evaluación y aprobación de propuestas en medios tradicionales:
 - Anuncios TV
 - Radio
- Impresos
- Exteriores
- Otros.
5. Evaluación de resultados de la comunicación en diferentes medios tradicionales.
6. Promociones de venta.
7. Entregable.

06 Estrategias de comunicación 360°: Marketing Digital

1. Digital marketing como parte de la campaña 360°.
2. Dominios
3. Search engine optimization
4. Pay per click marketing
5. Email marketing
6. Social media marketing
7. Content marketing
8. Inbound marketing para negocios digitales.
9. Proceso de desarrollo de campañas con agencias digitales
10. Entregable.

EDUCACIÓN
CONTINUA
UVM

PREPÁRATE