DIPLOMADO EN

Desarrollo y Posicionamiento de Marcas

En un entorno cambiante y que evoluciona vertiginosamente, las marcas deben ir mucho más allá de ofrecer un producto y adaptarse a este nuevo entorno. En este diplomado dirigido a los profesionales de Marketing ofreceremos un marco conceptual sólido para estar al día de los contenidos más avanzados, con perspectivas, habilidades y aptitudes que aporten nuevos enfoques al momento de trabajar sus marcas.

Este diplomado en Brand Management permitirá obtener una visión profunda de la construcción de las marcas a través de detección de insigths relevantes y que puedan ser trasladados y apropiados de modo relevante y significativo para los consumidores.

Público Dirigido
El programa está dirigido a profesionales del área de marketing: mercadologos, administradores de empresa, ejecutivos de ventas y negocios con al menos 3 años de experiencia que deseen consolidar, profundizar y actualizar sus conocimientos en la gestión de marcas.

Objetivo General
Actualizar a los profesionales de marketing con una visión integral del área de Brand management/ Gestión y construcción de marcas a través de un análisis de las nuevas teorías de marketing y la puesta en marcha de una estrategia de marca 360.

intec EDUCACIÓN PERMANENTE

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

- Actualizar las competencias de marketing y utilizar nuevas perspectivas en entornos comerciales dinámicos.
- Obtener una comprensión más amplia y profunda de la dinámica y de las tendencias del mercado y de los consumidores.
- Desarrollar capacidades de análisis y planificación estratégicas efectivas.
- Diseñar, planificar y dirigir acciones de marketing teniendo en cuenta las principales palancas de crecimiento de las marcas.

METODOLOGÍA

Clases teóricas y actividades aplicadas, en una metodología de aprendizaje basada en el alumno donde los estudiantes participarán activamente adaptando los conceptos aprendidos al contexto local y profesional en el que se desarrollen (presentaciones, actividades grupales, debates, etc.).

Combinación de explicaciones teóricas y estudios de casos (en clase). En este sentido, se hace hincapié en casos de estudios de empresas multinacionales por la amplitud de análisis que permiten. La participación de los estudiantes y la discusión de casos juegan un papel fundamental en cada sesión.

Modalidad

100% ONLINE

CONTENIDO

1. Gestion de marcas: estrategia de Marca paraguas (Masterbrand) y segmentación por categorías

- Como crecen las marcas
- Ciclo de vida del producto y de la marca
- Las claves para tener una marca con un crecimiento sostenible a largo plazo
- Marketing Mix
- Estrategia Flywheel
- Rol del punto de venta
- Rol de la innovación para una marca

Docente: Lauri Salomon

2. Brand Compass y la estructura de la marca

- Creación de marcas significativas
- Los arquetipos
- Importancia de los DM'S (Assets distintivos)
- Como construir un propósito de marca
- Misión y Visión

Docentes: Marta Vila/Lauri Salomon

3. Marketing Intelligence & Consumer insights

- Introducción a la conducta del consumidor y su papel en la estrategia de marketing
- Consumer Insights
- Herramientas y modelos para identificar insights del consumidor
- De los datos a la toma de decisión: mapa de empatía y oportunidades & el consumer journey

Docentes: Blanca Fabián/Lauri Salomon

intec EDUCACIÓN PERMANENTE

FACILITADORA

Lauri Salomón

+7 años de experiencia profesional en Investigación de mercados y Marketing, dentro del departamento cuantitativo de Kantar (Grupo pionero en la investigación de mercados) y luego como Market Research Specialist para España, Italia y Portugal en Jacobs Douwe Egbert (JDE Peet's) empresa líder en el mercado de café y té, liderando proyectos cuantitativos y cualitativos multi-categorías.

Desde 2019, Brand Manager del segmento que representa más del 50% de la cuota valor del mercado español , con experiencia en Innovación, gestión de marcas globales y locales, Plan de Medios 360, Gestión de budgets, Análisis de P&L, Media plan executions e implementación de planes estratégicos online y offline.

Profesora asociada en el Master de Psicología y comportamiento del consumidor en EAE Business School, (España).

INVITADOS

Marta Vila

Experta en reposicionamiento de marcas, creación de campañas de medios online y offline, coordinación y lanzamiento de nuevos productos, diseño de planes promocionales, análisis de ROI de las acciones de marketing, entre otros.

Con amplia experiencia en la construcción y gestión de marcas en empresas de gran consumo dentro de las Top 15 en ventas en el mercado español.

Actualmente ocupa en JDE Peet's la posición de Senior Brand Manager en el Segmento Café Molido.

Blanca Fabian

Amplio background profesional en el área de Market Research, siendo experta en la detección de insights del mercado y estudios cuantivativos y cualitativos.

Posee experiencia en el mundo de las agencias como ejecutiva de cuentas en Kantar World Pannel para luego pasar al mundo del gran consumo donde ejerce actualmente como Directora de Consumer Insights y Market research para Italia, España y Portugal en JDE Peet's.

Educación Permanente, INTEC
(809) 567 9271 Exts: 215 • edu.permanente@intec.edu.do
@EducaciónPermanenteINTEC @edu.permanente.intec

intec EDUCACIÓN PERMANENTE