



## Gerenciamiento estratégico de las marcas: Cinco pasos para llegar de la Marca Actual a la Marca Deseada.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL CURSO:

Las marcas sólidas son activos valiosos, crean beneficios para sus compañías, comunidades y países. Logran esto porque, a cambio, brindan valor a sus clientes. El valor que las marcas brindan cambian la actitud del cliente, asegurando el futuro flujo de beneficios para la compañía y creando valor al negocio. Para mucha gente este intercambio es reconocido intuitivamente: nuestra propia experiencia de consumidor cotidiana y las elecciones que nosotros mismos hacemos nos demuestra el valor de una fuerte marca. Este curso está diseñado para aprender cómo maximizar el valor de una marca a largo plazo.

### TEMARIO:

#### Introducción y conceptos básicos

Los beneficios de una marca sólida

Proceso de construcción de una marca

Componentes esenciales de una marca

Diferentes tipo de marca

Los principios del Gerenciamiento Estratégico de Marcas

- **Paso 1. Organizarse para el éxito**

El plan de negocios

Determinación de la misión, visión y valores corporativos

Determinar el alcance del Gerenciamiento Estratégico de Marca

Establecer el equipo de trabajo del Gerenciamiento Estratégico de Marca

Definir objetivos iniciales y cronograma

- **Paso 2: Descubrir la Marca Actual**

Beneficios de contar con una definición de la Marca Actual

Estructura de la 'Declaración de la Marca'

Identificar y prorizar la audiencia de a marca

Obtener e interpretar la información necesaria

Lograr consenso sobre la Marca Actual

- **Paso 3. Definición de la Marca Deseada**

Definir y analizar el mercado



Identificar y analizar la competencia  
Comprender a los consumidores  
Fortalezas y debilidades de la marca  
Personalidad de la marca  
Contrato marcario  
Definición de la Marca Deseada

- **Paso 4. Comunicación de la Marca Deseada**

Definición del posicionamiento de la marca  
Identidad de marca  
Cultura de marca  
Puntos de contacto  
Comunicaciones marcarias

- **Paso 5. Seguimiento a través del tiempo**

Prepararse para el futuro  
Comprender la marca actual (a través del tiempo)  
Monitoreo del mercado  
Investigaciones  
Revisión anual del proceso de Gerenciamiento Estratégico de la  
Marcas

**DOCENTE:**

**Sapoznik, Marcelo**

Diseñador Gráfico y Publicitario egresado de la Escuela Panamericana de Arte. Es Profesor Regular de la Universidad de Buenos Aires en la Carrera de Diseño Gráfico, en la Universidad Nacional de Río Negro y en la Miami Ad School. Dictó clases en la Mestría de Diseño Gráfico y en la carrera de Ciencias Económicas en la Universidad de Palermo y Dirección de Arte en la Universidad del Este (La Plata). Ha dictado clases por más de 25 años y conferencias en diversas universidades nacionales, públicas y privadas del país y del exterior.

Fundador de IDP (International Design Partnership) con sedes en San Pablo, Santiago, Lima, México DF, New York, Cincinatti, Chicago, Lyon, París, Melbourne, Sydney, Hong Kong, Bruselas, Ciudad del Cabo, Suecia y Korea.

Director de renombradas empresas de diseño locales y regionales actuando como Project Leader en el proceso del Desarrollo Estratégico e Implementación de Marcas.

En los últimos años me he especializado en el Desarrollo de Estrategias de Marcas. Cuenta con un amplio acceso a la información y datos de investigación, referidos a la dirección de proyectos de productos de consumo y la implementación de programas de marcas.

En su carrera profesional ha utilizado al diseño y la comunicación como herramientas estratégicas para lograr objetivos de comerciales. Su tarea no sólo ha sido crear nuevas marcas, sino lograr una mejor gestión de los activos existentes a través de soluciones progresivas, pensamiento estratégico y desarrollo de



programas que respondan a las necesidades del mercado liderando equipos interdisciplinarios de trabajo en forma proactiva y sinérgica.

**DESTINATARIOS:** Para todos aquellos interesados en el desarrollo de una estrategia de marca, personal o de compañías, proyectos personales, emprendedores, diseñadores, profesionales y alumnos.

**DURACION:** 6 clases – 24 horas (Sábados de 9 a 13 hs)

**INICIO:** Sábado 18 de Abril, 9 hs.

Los cursos CAP tienen cupo limitado. Se requiere inscripción previa en [centrocap@fadu.uba.ar](mailto:centrocap@fadu.uba.ar) a partir del 4 de febrero de 2020

**ARANCEL:** \$ 12480.- **Los aranceles de este curso se pueden abonar en 2 cuotas sin interés.**

Arancel para Graduados de Universidades Públicas de la República Argentina: \$ 8736.-

Arancel para Graduados UBA: \$ 6240.-

Arancel para Docentes UBA: \$ 3744.-

**LUGAR:** Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. 4to. piso - Ciudad Universitaria

**CERTIFICADO:** Se otorgará certificado de asistencia a los graduados de carreras de grado con duración mínima de 4 años