

ESTRATÈGIA I GESTIÓ DE MARCA (BRAND AUDIT) ERRORS MÉS FREQUENTS.

El constant desenvolupament de noves aplicacions i tecnologies aporta noves i poderoses eines de comunicació social, comercial i empresarial, que convergeixen en la creació i desenvolupament de la marca.

El creixent protagonisme de nous agents complica la gestió d'aquesta, podent arribar a desvirtuar-la, llevat que aquesta gestió incorpori els elements necessaris, tant en la fases de formulació (concepte, estratègia i arquitectura de marca) com en la fases de desenvolupament (brand engineering = control i gestió dels punts de contacte).

La marca és un organisme viu i complex, i com a tal requereix permanent revisió i control.

Dirigit a

Directius de pimes interessats en millorar i mantenir la competitivitat de les seves empreses, així com a professionals d'àrees de màrqueting, R + D i generació de nous productes i serveis, i a tot professional interessat en una especialitat de creixent demanda.

Objectius

- Aprendre a gestionar amb eficàcia la seva marca, evitant els errors més comuns i millorant el coneixement i aplicació dels diferents factors de valor.
- Que l'alumne sigui capaç de desenvolupar criteris, habilitats i competències per potenciar l'activitat d'innovació en les empreses.
- identificar i avaluar problemes i necessitats de l'empresa en matèria de branding.

Continguts

- Concepte actual de marca: valor, punts de contacte i impacte
Permanent revisió i control a diferents nivells:
 - Formulació de la marca: (concepte, atributs, posicionament, estratègia i arquitectura de marca ...)

St. Joan Baptista de la Salle 4-6 1er 08241 Manresa T. 93 872 05 55 F. 938727055 www.iefe.es



- Formulació de la marca: elements específics (noms, manifestacions visuals, altres punts de contacte, mecanismes de control ...). Grau de canvi que pugui precisar.
- Desenvolupament de la marca (brand engineering = control i gestió dels punts de contacte, màrqueting digital, buzz = continguts virals)
- Anàlisi de problemes d'origen, de concepte o específics de la marca. Ajustos i adaptacions necessàries
- Exemples i casos pràctics dels diferents apartats del programa: casos reals d'empreses i institucions

Metodologia

Es combinaran l'exposició de conceptes teòrics amb exemples pràctics de creació i desenvolupament de marca i anàlisi de casos rellevants.

Els mitjans didàctics utilitzats per a impartir el curs consisteixen en pissarra, canó de projecció i el lliurament de material didàctic de suport que complementarà l'exposició del docent.