

DIPLOMADO EN *BRANDING* Y GESTIÓN DE MARCA

AULA VIRTUAL
(96 horas)

Objetivo:

- Desarrollar las competencias estratégicas, creativas, comerciales y digitales necesarias para construir, posicionar y fortalecer marcas competitivas, memorables y sostenibles, capaces de generar diferenciación, conexión emocional y valor en mercados altamente dinámicos y exigentes.

Dirigido a:

- Directores, gerentes, emprendedores, responsables de mercadotecnia, comunicación, ventas, desarrollo de negocios y consultores interesados en fortalecer marcas y posicionarlas estratégicamente. Requiere contar con licenciatura terminada o experiencia profesional equivalente y un mínimo de un año de experiencia laboral o empresarial.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - **Diploma Digital UVM** con **validez curricular** y **tecnología Blockchain** con código QR y de verificación.
 - **Constancia DC-3** por la STPS.
 - **Insignia digital** de tu programa para compartir en tus redes sociales.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 65 años** de **experiencia académica**, más de **150 programas educativos** y más de **180 programas de excelencia** a nivel nacional.

Adquieres **conocimientos** y **habilidades esenciales** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

Los **Diplomados y Certificaciones UVM** enriquecen tu **CV** y te posicionan como **el mejor candidato**.

Al estudiar el programa podrás:

Diseñar estrategias de *branding* alineadas a los objetivos clave del negocio.



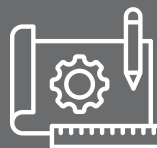
Construir marcas memorables con un alto valor percibido en el mercado.



Aplicar herramientas digitales y tecnológicas para fortalecer el posicionamiento de marca.



Gestionar el valor de marca como una ventaja competitiva sostenible a largo plazo.



MÓDULOS

01 Fundamentos estratégicos del *branding*

1. Introducción al *branding*
 - a. Evolución del *branding*
 - b. Marca vs. producto
 - c. Valor estratégico de la marca
 - d. *Branding* en mercados competitivos
2. Arquitectura de marca
 - a. Identidad de marca
 - b. ADN de marca
 - c. Propósito, misión y visión
 - d. Personalidad de marca
3. Posicionamiento estratégico
 - a. Posicionamiento competitivo
 - b. Diferenciación de marca
 - c. Segmentación y mercado objetivo
 - d. *Branding* emocional
4. Casos y tendencias
 - a. Marcas globales exitosas
 - b. Marcas mexicanas destacadas
 - c. Errores comunes de *branding*
 - d. Casos prácticos de posicionamiento

02 Construcción de marca y experiencia del cliente

1. Experiencia de marca
 - a. *Customer journey*
 - b. Momentos de verdad
 - c. Experiencia omnicanal
 - d. *Brand experience*
2. *Storytelling* y comunicación
 - a. *Storytelling* estratégico
 - b. Narrativa de marca
 - c. Comunicación emocional
 - d. Construcción de comunidad
3. *Branding* digital
 - a. *Social branding*
 - b. Influencia digital
 - c. Reputación *online*
 - d. *Social media branding*
4. Fidelización y conexión
 - a. *Engagement* de marca
 - b. Lealtad del cliente
 - c. Comunidades de marca
 - d. Casos exitosos de experiencia de marca

03 Estrategias de comunicación y *marketing* de marca

1. Comunicación estratégica de marca
 - a. Comunicación corporativa
 - b. *Branding* interno y externo
 - c. Mensajes clave de marca
 - d. Coherencia comunicacional
2. Publicidad y posicionamiento
 - a. Estrategias publicitarias
 - b. Publicidad emocional
 - c. *Branding* sensorial
 - d. Campañas de posicionamiento
3. *Marketing* y visibilidad
 - a. *Marketing* de contenidos
 - b. Relaciones públicas y *branding*
 - c. *Influencer marketing*
 - d. Eventos y activaciones de marca
4. Medición de impacto
 - a. *Awareness* y recordación
 - b. Indicadores de posicionamiento
 - c. Métricas de *engagement*
 - d. Casos prácticos de campañas exitosas

04 *Branding* digital, tecnología y redes sociales

1. Ecosistema digital de marca
 - a. Transformación digital del *branding*
 - b. Presencia digital estratégica
 - c. Ecosistemas omnicanal
 - d. Tendencias digitales globales
2. Redes sociales y posicionamiento
 - a. Estrategias de *social media*
 - b. *Community management*
 - c. Gestión de reputación digital
 - d. *Branding* en plataformas emergentes
3. Tecnología aplicada al *branding*
 - a. Inteligencia Artificial y *branding*
 - b. Automatización de *marketing*
 - c. CRM y experiencia de cliente
 - d. *Data analytics* aplicado a marca
4. Innovación y tendencias
 - a. *Branding* en metaverso y realidad aumentada
 - b. *Neuromarketing* digital
 - c. Personalización de experiencias
 - d. Casos innovadores de *branding* digital

05 Dirección estratégica de marca y gestión de valor

1. Gestión estratégica de marca
 - a. Dirección estratégica de *branding*
 - b. Portafolio de marcas
 - c. Arquitectura y extensión de marca
 - d. Gestión del ciclo de vida de marca
2. Valor financiero de la marca
 - a. *Brand equity*
 - b. Valor intangible de marca
 - c. Evaluación financiera de marca
 - d. Rentabilidad y *branding*
3. Competitividad y sostenibilidad
 - a. *Branding* y ventaja competitiva
 - b. Responsabilidad social y marca
 - c. Sostenibilidad y reputación corporativa
 - d. Gestión de crisis de marca
4. Liderazgo y dirección comercial
 - a. Liderazgo estratégico de marca
 - b. Cultura organizacional y *branding*
 - c. Alineación *marketing*–ventas

Casos reales de gestión de marca global

06 Innovación, tendencias y proyecto integrador de *branding*

1. Innovación en *branding*
 - a. Innovación centrada en el cliente
 - b. Diseño de propuestas de valor innovadoras
 - c. *Branding* disruptivo
 - d. Creatividad aplicada a marcas
2. Tendencias globales
 - a. Tendencias globales de consumo
 - b. Marcas humanas y auténticas
 - c. *Branding* emocional avanzado
 - d. Experiencias inmersivas de marca
3. Estrategia de futuro
 - a. Construcción de marcas sostenibles
 - b. Estrategias de expansión internacional
 - c. Adaptación al cambio del consumidor
 - d. Visión futura del *branding*
4. Proyecto integrador
 - a. Diagnóstico estratégico de marca
 - b. Diseño de estrategia integral de *branding*
 - c. Presentación ejecutiva de marca
 - d. Proyecto final integrador del diplomado

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Asesoría y acompañamiento. Cuentas con un facilitador por módulo para guiarte durante tu curso.

Aplica lo que aprendas de forma inmediata.

Nota: Si no asistes a las sesiones en vivo con el profesor en las fechas y horarios establecidos, tendrás 30 días naturales para ver completa la grabación de la clase en Teams® y realizar la actividad asignada para que acredites el módulo.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx