

Curso Universitario

Creación de Marca



Curso Universitario Creación de Marca

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/creacion-marca

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología

pág. 20

06

Titulación

pág. 28

01

Presentación

En una era caracterizada por la globalización y la digitalización, la marca se ha convertido en un aspecto clave para el éxito en todos los ámbitos de la vida. Si bien las organizaciones buscan la creación de una identidad única para sobresalir en el mercado, también las personas tienen la oportunidad de destacar en una sociedad sumamente competitiva. Para ello, se necesitan herramientas óptimas para alcanzar los objetivos propuestos. En este contexto, TECH ha implementado un programa innovador que abarca de manera exhaustiva el proceso de creación de una marca. Además, sus recursos didácticos dispuestos de manera 100% online permiten al alumno completar su estudio con comodidad, necesitando solo un dispositivo con acceso a Internet.



“

*Gracias a este Curso Universitario
potenciarás el desarrollo de una
marca con las herramientas
digitales más modernas”*

Actualmente, vivimos en una sociedad interconectada donde la mayoría de la población está presente tanto en Internet como en las redes sociales. En consecuencia, la marca personal se ha transformado en un elemento clave para destacar entre los demás y demostrar tus conocimientos en las áreas de especialización que dominas. Para lograrlo de forma exitosa, es necesario disponer de las herramientas eficaces para gestionar y potenciar la marca.

Por este motivo, TECH dispone de un innovador programa para guiar a los egresados durante la creación de la marca. Para ello, el itinerario académico aborda una serie de estrategias creativas para diseñar contenidos publicitarios de manera eficaz. Asimismo, en el temario se define la técnica del Brand Wheel para resumir gráficamente la esencia de la marca y posicionarse en el mercado adecuadamente.

También, el plan de estudios describe factores como el *claim* y el slogan tanto para reforzar los mensajes como para hacerlos más comprensibles. Además, ofrece un abanico de estrategias creativas utilizadas en el ámbito de la publicidad y el marketing de captar el interés del público. En consonancia con esto, todo el itinerario académico brinda distintos modelos publicitarios de tipo psicológico con el fin de explorar las corrientes creativas del mensaje comercial.

Por otro lado, la titulación universitaria dispone de una metodología 100% online para que el ino complete el programa con comodidad. Solamente necesitará un dispositivo con acceso a Internet para profundizar sus conocimientos en un sector que ofrece muchas oportunidades laborales. Además, el temario se apoya en el innovador método *Relearning*: un sistema de enseñanza basado en la reiteración, que garantiza que los conocimientos de adquieran de manera natural y progresiva, sin el esfuerzo de memorizar.

Este **Curso Universitario en Creación de Marca** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Creación de Marca
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información actualizada y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Dominarás con excelencia las implicaciones del claim y el slogan como argumento de venta para cualquier marca”

“

Mediante TECH pondrás en marcha estrategias eficaces para llevar cabo una diferenciación de tus marcas”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Tendrás el apoyo de un cuadro docente formado por distinguidos profesionales del sector publicitario.

Conseguirás tus objetivos gracias a las herramientas didácticas de TECH, entre las que destacan vídeos explicativos y resúmenes interactivos.



02

Objetivos

Este Curso Universitario tiene como objetivo que los alumnos impulsen la creación de marcas utilizando las estrategias creativas más eficaces en el ámbito del marketing y la publicidad. En este sentido, los materiales didácticos han sido confeccionados por un claustro docente con una amplia trayectoria profesional en la Creación de Marcas. A través de contenidos teóricos y prácticos, los estudiantes serán capaces de implementar estrategias publicitarias con un enfoque creativo para destacar en un sector en pleno crecimiento.





“

Capacítate en las estrategias más avanzadas que se utilizan en el ámbito de la publicidad y el marketing a lo largo de 6 semanas”



Objetivos generales

- ♦ Mejorar el conocimiento y las competencias profesionales para ser capaz de llevar a cabo la integración y desempeño del trabajo en un departamento creativo de cualquier modalidad de agencia o departamento de marketing
- ♦ Asimilar los conocimientos teóricos/prácticos que permitan realizar las funciones de creativo desde cualquier perspectiva
- ♦ Conocer de manera profunda la relación entre el creativo y el resto de los agentes que participan en la gestión de la comunicación comercial
- ♦ Mostrar y valorar las nuevas tendencias que los profesionales de este sector van a encontrarse ahora y en el futuro
- ♦ Conocer en profundidad los nuevos proyectos de valor para la comunicación comercial
- ♦ Desarrollar habilidades en la comunicación creativa para mejorar la relación entre la marca y el consumidor





Objetivos específicos

- ♦ Analizar modelos publicitarios de tipo psicológico
- ♦ Explorar corrientes creativas en la publicidad
- ♦ Explicar la importancia y utilidades de una marca
- ♦ Abordar conceptos clave en la construcción de marcas
- ♦ Presentar los pasos lógicos en la construcción de la marca
- ♦ Mostrar las diferencias existentes entre el *claim* y el slogan
- ♦ Analizar la creatividad en la planificación de medios
- ♦ Descubrir el contexto actual de las marcas

“

No dejas pasar esta disruptiva oportunidad académica en la que tendrás a tu alcance un exhaustivo recorrido por los tipos de contenidos publicitarios más innovadores”

03

Dirección del curso

Con el propósito de ofrecer una educación de élite para todos, TECH está formada por un equipo docente de renombre. El cuadro docente cuenta con una amplia trayectoria profesional, que le ha llevado a construir marcas sólidas en prestigiosas instituciones del sector publicitario. Gracias a esto, el presente Curso Universitario ofrece los recursos más actualizados y completos del mercado académico. De esta forma, los egresados ampliarán tanto sus conocimientos como competencias de un claustro docente altamente cualificado.



“

*TECH te brinda un claustro de excelencia,
compuesto por los mejores expertos
en comunicación publicitaria”*

Dirección



D. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Director Creativo en El Factor H
- ♦ Director de Marketing en La Ibense
- ♦ Director Creativo de Eventos en Beon Worldwide
- ♦ Director de *Branded Content* en Atrium Digital y Mettre
- ♦ Director Creativo en el Grupo de Comunicación del Sur, BSB y en FCA BMZ Cid
- ♦ Ponente del Máster en Dirección en Comunicación Empresarial e Institucional de la Universidad de Sevilla
- ♦ Coautor del libro *Cómo crear una marca. Manual de uso y gestión*



04

Estructura y contenido

Este itinerario académico cuenta con el apoyo de un cuadro docente de prestigio internacional. En este sentido, los expertos se caracterizan por poseer un amplio recorrido profesional en el sector publicitario y haber contribuido a la creación de identidades vanguardistas. De esta manera, a lo largo de la capacitación los egresados darán rienda suelta a su creatividad para construir marcas basadas en estrategias de marketing exitosas. Así pues, estarán preparados para embarcarse en nuevas oportunidades en el sector publicitario.



“

Accede a los contenidos de vanguardia de este programa a través de recursos multimedia como vídeos explicativos y resúmenes interactivos”

Módulo 1. Cómo crear una marca

- 1.1. Modelos publicitarios de tipo psicológico
 - 1.1.1. Modelo de Henry Joanis
 - 1.1.2. Modelo Fishbein
 - 1.1.3. Modelo de Rosser Reeves
 - 1.1.4. Modelo David Ogilvy
- 1.2. Corrientes creativas de la publicidad
 - 1.2.1. USP
 - 1.2.2. La imagen de marcas
 - 1.2.3. Los valores permanentes
 - 1.2.4. La publicidad espectáculo
 - 1.2.5. La transgresión de los códigos
 - 1.2.6. La atracción del contenido
- 1.3. Para qué sirve una marca
 - 1.3.1. Utilidades
 - 1.3.2. Cómo se crea una necesidad
 - 1.3.3. Diferencias entre logotipo y marca
 - 1.3.4. El origen de las marcas
 - 1.3.5. Brand Wheel
 - 1.3.6. Posicionamiento de marca
 - 1.3.7. Cuando nace una marca
 - 1.3.8. Marca, la diferencia
 - 1.3.9. La creatividad es el lujo
- 1.4. La escalera lógica en la construcción de la marca
 - 1.4.1. El nombre
 - 1.4.2. Atributos
 - 1.4.3. Beneficios
 - 1.4.4. Grupo
 - 1.4.5. Portavoz
 - 1.4.6. Rol



- 
- 1.5. El *claim* y el slogan
 - 1.5.1. Diferencias entre *claim* y slogan
 - 1.5.2. El *claim* y el slogan como argumento de venta
 - 1.5.3. *Claims* o slogans para crear contenido
 - 1.6. La estrategia creativa
 - 1.6.1. La estrategia publicitaria con un enfoque creativo
 - 1.6.2. Como ser creativo en la estrategia
 - 1.6.3. Estrategias creativas que se utilizan en el ámbito de la publicidad y el marketing
 - 1.6.4. Diferencias entre estrategia de marketing y estrategia publicitaria
 - 1.7. Estrategias de contenidos creativas
 - 1.7.1. Contenido generado por el usuario
 - 1.7.2. Influencer marketing
 - 1.7.3. Experiencias interactivas
 - 1.7.4. Contenido visual impactante
 - 1.7.5. Narrativa emocional
 - 1.7.6. Uso de nuevas plataformas y formatos
 - 1.8. Creatividad en la planificación de medios
 - 1.8.1. Planificación de medios
 - 1.8.2. Planificación creativa de medios
 - 1.8.3. Ejemplos de planificaciones de medios sorprendentes
 - 1.9. Tipos de contenidos publicitarios
 - 1.9.1. Contenidos patrocinados
 - 1.9.2. Vinculación de las marcas con macro contenidos
 - 1.9.3. Creación de *websites* basados en contenidos audiovisuales
 - 1.9.4. Crear para redes sociales
 - 1.9.5. Crear para móviles
 - 1.9.6. Crear para video juegos
 - 1.9.7. Crear contenidos interactivos
 - 1.9.8. Crear contenidos directamente para marcas
 - 1.10. Contexto actual de las marcas
 - 1.10.1. Publicidad en el entorno digital
 - 1.10.2. Experiencia del cliente
 - 1.10.3. Conclusiones

05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“ *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



06

Titulación

El Curso Universitario en Creación de Marca garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Curso Universitario expedido por TECH Global University.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Curso Universitario en Creación de Marca** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Curso Universitario en Creación de Marca**

Modalidad: **online**

Duración: **6 semanas**

Acreditación: **6 ECTS**



salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente calidad
desarrollo web form
aula virtual idiomas

tech global
university

Curso Universitario Creación de Marca

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Curso Universitario

Creación de Marca

