



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## *Curso en Branding y Gestión de Marca*

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

## Curso en Branding y Gestión de Marca

**duración total:** 200 horas

**horas teleformación:** 100 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

### descripción

La gestión de la marca se ha convertido en una función fundamental para cualquier organización. Ante un mercado altamente competitivo y saturado, es esencial diferenciarse de la competencia y aportar un valor único al consumidor. Gestionar una marca de forma estratégica es sinónimo de aumentar el valor intangible que percibirán los potenciales clientes. Gracias a esta gestión lograremos formar parte en las decisiones de compra de los consumidores. Para lograr esta situación, es necesario aplicar técnicas de inbound marketing, marketing relacional o neuromarketing a través de una perspectiva que vaya mucho más allá del diseño de marca.



## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

Entender el concepto de branding.

Trabajar todas las fases del inbound marketing: atracción, conversión, cierre y deleite

Realizar la gestión de marca aprendiendo las funciones del Brand Manager.

Aplicar estrategias de marketing de contenidos, branded content o personal branding.

Utilizar las principales técnicas del marketing relacional a través de la gestión de clientes con CRM.

Aplicar técnicas de neuromarketing para posicionar la marca y aumentar las ventas.

## *para qué te prepara*

El Curso en Branding y Gestión de Marca te ayudará a gestionar una marca desde su creación hasta su posicionamiento en el top mind del consumidor. Tras finalizar la formación, serás capaz de aplicar técnicas de inbound marketing y neuromarketing estratégico para potenciar las ventas trabajando estratégicamente el branding. Gracias a las técnicas estratégicas lograrás crear marcas de gran recorrido en el mercado, mejorando la reputación de la misma y aumentando el ratio de ventas en la empresa.

## *salidas laborales*

El Curso en Branding y Gestión de Marca de INESEM te ayudará a abrirte camino en el apasionado mundo del Branding y la Gestión de marca como Brand Manager o Branding. Del mismo modo, te dará las claves para mejorar las relaciones con los clientes, aumentar la ventaja competitiva y el valor de marca, además de mejorar los resultados de ventas de una determinada organización.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'Estrategia de Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Branding y Gestión de Marca'
- Manual teórico 'Estudio del Consumidor y Estrategias de Influencia'



## profesorado y servicio de tutorías

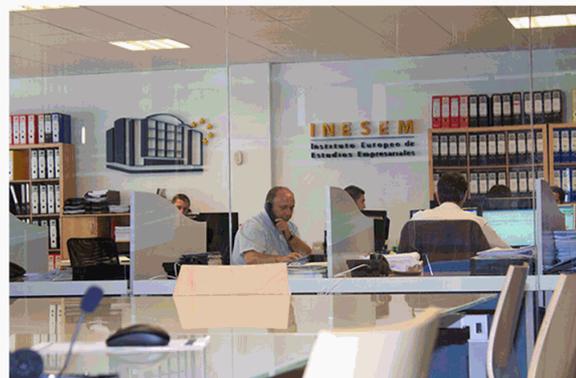
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

**programa formativo**

## **MÓDULO 1. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MARCA**

- 1.¿Qué es una marca?
- 2.Naturaleza y estructura de la marca

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS DE CREACIÓN DE LA MARCA**

- 1.La planificación estratégica
- 2.Valor de marca: Brand Equity
- 3.Marcas corporativas y marca producto

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN**

- 1.Métodos tradicionales de comunicación
- 2.La marca en el medio online
- 3.Comunicación visual

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA**

- 1.Modelo de arquitectura de marcas
- 2.El brand manager como gestor
- 3.Brand meaning management - identidad de marca
- 4.El storytelling
- 5.Branded content y product placement
- 6.Personal branding - cómo crear tu propia marca
- 7.Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
- 8.El packaging
- 9.Merchandising o la marca convertida en producto
- 10.Servicios de información tecnológica de la OEPM

## **MÓDULO 2. ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING**

- 1.¿Qué es el Inbound Marketing?
- 2.Marketing de Contenidos
- 3.Marketing viral
- 4.Video Marketing
- 5.Reputación online
- 6.Importancia del funnel o embudo de conversión

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASE DE ATRACCIÓN**

- 1.Sistema de Gestión de contenidos CSM
- 2.Los blogs Wordpress
- 3.Posicionamiento SEO
- 4.Social Media

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE CONVERSIÓN**

- 1.Introducción
- 2.Formularios
- 3.Call to action
- 4.Landing Pages
- 5.Pruebas A/B
- 6.Optimización de la tasa de conversión (CRO)

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE**

- 1.Introducción
- 2.Marketing Relacional
- 3.Gestión de relaciones con los clientes CRM
- 4.Email marketing

**+ Información Gratis**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE**

- 1.Introducción
- 2.Encuestas
- 3.Contenido inteligente
- 4.Monitorización Social

## **MÓDULO 3. ESTUDIO DEL CONSUMIDOR Y ESTRATEGIAS DE INFLUENCIA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR**

- 1.Psicología del consumidor
- 2.Motivación y persuasión del consumidor
- 3.Las emociones en el comportamiento de compra
- 4.Predicción en el comportamiento de compra

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES**

- 1.El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas
- 2.Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores
- 3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
- 4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE CONSUMIDORES Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

- 1.Tipos de Consumidores y Segmentación del mercado
- 2.Neurosegmentación
- 3.Consumidor Digital y Comportamiento del Consumidor digital
- 4.La demanda en el neuromarketing estratégico
- 5.Técnicas de análisis de la demanda
- 6.Principales tipos de neurotransmisores y su efecto en el consumidor
- 7.El Neuromap: PAIN, CLAIM y GAIM

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA NEUROVENTA Y SUS FUNDAMENTOS**

- 1.Las Ps en el neuromarketing
- 2.Fundamentos y metodología de la neuroventa
- 3.La neurocomunicación en la venta
- 4.Estrategias producto servicio