Pontificia Universidad JAVERIANA Bogotá

Programa de Educación Continua
Arquitectura y Diseño

CURSO

# BRANDING. DISEÑO, GESTIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

Versión 2

**Fecha realización**: Julio 02 a agosto 27 de 2013
**Intensidad**: 69 horas
**Horario**: lunes a miércoles de 6:00 a 9:00 p.m. y martes a jueves de 6:00 a 9:00 p.m. cuando la semana tenga lunes festivo.
**Cupo máximo**: 30 personas
**Cierre de inscripciones**: Junio 25 de 2013

El tema de la marca o Branding toma relevancia a partir de la necesidad que tienen las empresas, sus productos y servicios de establecer la diferenciación, posicionamiento y reconocimiento de sus marcas para competir en un mercado cada vez más exigente.

En los últimos tiempos en donde las sociedades no tienen fronteras por la globalización y la tecnología, se quedan cortas las estrategias desde el diseño, la recordación y el posicionamiento de la identidad de las marcas, junto a las estrategias de mercados para la competitividad de productos, entre las diversas organizaciones en la era digital y virtual en que se desenvuelven.

La gestión del diseño de productos al interior y exterior de las organizaciones, la gestión de los servicios, los aspectos comunicativos no sólo de los productos y servicios, sino las estrategias de comunicación y comercialización, así como en lo referente a la diferenciación de productos ante la competencia, son suficientes razones que hacen imprescindible profundizar en el tema de la gestión de marca o Branding.

Hoy los clientes de toda clase de productos y servicios se identifican en torno al tipo de satisfacciones de carácter emocional, físico, de uso y reconocimiento, que les brindan los diversos productos y servicios. Estas satisfacciones están representadas entre otros aspectos por: precio, calidad de productos, buena atención, calidez, presencia empresarial no solo por la comercialización, sino por los vínculos emocionales del usuarios de productos con las marcas de su predilección; slogans publicitarios – diseños visuales que acompañan e identifican los productos, logos y representaciones gráficas que los enganchen emocionalmente, de fácil recordación, forman parte del desarrollo de este curso que trata de manera holística el tema de la marca, su importancia, el diseño de la misma con relación al diseño y perspectiva empresarial del desarrollo de productos. Estos y algunos aspectos más, son factores básicos e imprescindibles a considerar en el momento de construir o resaltar los atributos de identidad, de imagen, así como la percepción que se debe tener de las empresas y organizaciones y por supuesto, los atributos emocionales que tengan los rasgos gráficos de la marca.

**OBJETIVOS GENERALES**

- Contextualizar el tema de las marcas/ Branding a partir de la importancia del diseño de las mismas y su relación con los productos que representa, la gestión del diseño al interior de las empresas, los beneficios referentes al producto, al marketing, la publicidad y el consumo.

- Generar las estrategias adecuadas para mejorar el posicionamiento del producto y/o servicio a partir de su marca, la comunicación de quién es (la marca), qué hace, y cómo comunica lo que hace (empresa).

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Introducir los conceptos generales sobre la marca, el diseño, su importancia para la competitividad, los negocios y la gestión al interior de las organizaciones para comprender su papel en el mundo empresarial.
- Conocer los aspectos diferenciadores acerca del plan de negocios, las promesas de valor, estrategias y tácticas a nivel corporativo con relación a la marca de productos y/o servicios, posicionamiento y personalidad.
- Desarrollar y aplicar los aspectos relacionados con la estructura de marca, identidad de marca, identidad visual y aplicaciones, estudio de casos, marco legal y derechos de autor.
- Comprender los aspectos inherentes al posicionamiento de marca como aspectos relevantes de identidad e imagen.

**DIRIGIDO A**
Empresarios, Gerentes de producto, Diseñadores industriales, Gráficos, Publicistas, Directores y/o Ejecutivos de cuenta publicitaria, Ingenieros de producto, Directores o Ejecutivos de Mercadeo, Comunicadores y profesionales involucrados con el desarrollo, manejo estratégico y táctico del diseño, desarrollo y promoción de servicios y/o productos.

**METODOLOGÍA**
El curso será presencial. La estructura se organiza a partir de 5 módulos interrelacionados, en donde se impartirán conferencias, análisis de casos de estudio y ejercicios prácticos de aplicación de conceptos.

**TEMARIO**

**Módulo 1 – Contextualización**
Se trabajará en este módulo el contexto general del tema del Branding con relación a su origen, la importancia a nivel de percepción de consumo y consumidores, cómo llega a convertirse en un importante activo de las empresas para la competitividad y los negocios.

**Módulo 2 – Dimensiones del Branding**
En este módulo se abordarán aspectos relacionados con el impacto de la marca en el posicionamiento estratégico de productos y/o servicios, reconocimiento de valores de las marcas e imagen de las mismas.

**Módulo 3 – Estructura y arquitectura de marca**
En este módulo se determina cómo se configura el nombre de una marca, cómo se construye la misma a partir de estructura y valores de la misma, aplicaciones visuales - Síntesis visual.

**Módulo 4 – Expresión de marca - casos**
En este módulo se aplicarán los conceptos vistos en módulos anteriores a partir de casos de estudios y ejercicios prácticos.

**Módulo 5 – La marca & el negocio – derechos legales**
Se resaltará, a partir de lo visto en los módulos anteriores, la importancia de la marca para el negocio y los temas relacionados con la propiedad intelectual, protección de los signos distintivos.

***Este temario puede tener variaciones, siendo una propuesta de capacitación flexible, que busque el máximo desempeño de los alumnos, de acuerdo con las necesidades específicas de los mismos.***

**CONFERENCISTAS**
**Alexandre Toulemonde.** Administrador de empresas, Hautes Etudes Commerciales, Paris. En 1982 crea Imágenes Ltda., sociedad productora de películas y audiovisuales empresariales. Presidente de TXT S.A. Experto en marcas e identidad corporativa.

**Pedro Uriel Sánchez.** Diseñador industrial, Universidad Nacional de Colombia. Master en Gestión de diseño, Politécnico de Milán. Doctor en Diseño Industrial, Politécnico de Milán. Ha participado en diversas investigaciones sobre la identidad y la diversidad cultural y sobre el uso de tecnologías de bajo impacto ambiental. Actualmente se desempeña como profesor asociado de la Universidad Nacional de Colombia.

**Juan Pablo Angel.** Publicista y mercadotecnista, Politécnico Grancolombiano; especialista en Comunicación Audiovisual, Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente gerencia su empresa "Qualitat". Ha desarrollado proyectos importantes de Identidad Visual para grandes empresas. Ha liderado procesos de normalización y estandarización de marcas como Mazda y Carrefour para Colombia.

**Carlos Fernando Romero.** Ingeniero Industrial, Pontificia Universidad Javeriana. Especialista en Gerencia de proyectos, de la misma Universidad. Especialista en Mercadeo estratégico, del CESA. Más de 16 años de experiencia en el diseño e implementación de estrategias de mercadeo de consumo masivo, innovación y desarrollo de productos, definición e implementación de tácticas promocionales y activas. Conocimiento y

manejo de investigación de mercados, medios ATL y BTL, mercadeo relacional y servicio al consumidor. Se desempeñó hasta diciembre del 2012 como Director de Mercadeo de Productos alimenticios de Alpina S.A.

**Juan Carlos Otoya.** Diseñador Industrial, Pontificia Universidad Javeriana. Experiencia profesional en creación de marca. Trabajó como Director Creativo para Brandingdang (2002-2009), en donde renovó la identidad visual de marcas como Archie's, Imusa, InterBolsa, Lafayette, Muma, Pavco y Súper, entre otras. Actualmente es Director Creativo Ejecutivo de SmartBrands, en donde integra estrategia y creatividad para crear marcas ingeniosas e impactantes. Su portafolio incluye marcas como Carulla, Inkanta, Jeno's Pizza, Proyectodiseño, Airplan, Dhems, Lander e Inmobiliaria Ospina, entre otras.

**Gonzalo Antequera.** Actualmente Director de Antequera Aliados S.A., firma de consultoría en comunicaciones estratégicas. Director para Colombia de Effie Awards® de AMA, American Marketing Asociation. Se ha desempañado como Presidente ejecutivo del grupo EURO RSCG Colombia; creativo gráfico en Leo Burnett Colombiana, Productor ejecutivo en McCann Ericsson Colombia y Director de publicidad en Silueta – Schwarzkopf.

**Francisco Herrán.** Diseñador Industrial y especialista en Gerencia de mercadeo, Universidad Jorge Tadeo Lozano. Estudios en ingeniería de empaques e industria gráfica y de sistemas de transformación de materias primas. Diseñador y asesor del sector de los empaques e industria gráfica de varias empresas. Docente universitario.

***DIPLOMA***
*Se otorgará diploma a quién haya asistido por lo menos al 80% de las horas programadas.*
Nota: Las personas que se inscriban a través de cuenta de cobro recibirán este diploma de asistencia una vez la empresa haya realizado el pago.

| | | |
|---|---|---|
| **INVERSION:** | | **$ 1.950.000** |
| | 4% dcto. | $ 1.872.000 |
| | 5% dcto. | $ 1.852.500 |
| | 10% dcto. | $ 1.755.000 |
| | 15% dcto. | $ 1.657.500 |
| | 20% dcto. | $ 1.560.000 |

**Notas descuentos:**

4% - Pronto pago, para quienes cancelan antes de junio 11 de 2013. Acumulable con los otros descuentos
5% - A los participantes que se inscriban a través del portal de Guía Académica
10% - Estudiantes de últimos semestres, egresados pregrado, posgrado PUJ. Afiliados a Anepsi, Suratep, Cafam, Colsubsidio, Porvenir, Sodexho Pass.
15% - Grupos entre 3 y 5 participantes de una misma entidad.
20% - Grupos de 6 en delante de una misma entidad. A partir del tercer diplomado.
Profesores Pontificia Universidad Javeriana, mediante convenio con Vicerrectoría Académica;
Empleados Pontificia Universidad Javeriana, mediante la oficina de Recursos Humanos.

Los descuentos no son acumulables, salvo el 4%. Aplican únicamente para pago en efectivo, tarjeta de crédito y cheques.

**FORMAS DE PAGO**
Efectivo, cheque de gerencia, tarjeta de crédito (recibimos todas las tarjetas), cuenta de cobro.

**INFORMES E INSCRIPCIONES**
*Pontificia Universidad Javeriana | Educación Continua | Programa de Arquitectura y Diseño*
Cra. 7ª Nº 40-11 Facultad de Arquitectura y Diseño – Edificio 16 Carlos Arbelaez Camacho - piso 1

Teléfonos: Conmutador 3208320 Ext. 2413 - 2412 - 3287 | Fax 3208320 Ext. 2736

educoarquidiseno@javeriana.edu.co
http://www.javeriana.edu.co/educacioncontinua/arquidiseno/
http://www.facebook.com/educontinuarquidiseno

**INFORMACIÓN IMPORTANTE**
**La asignación de cupo se hará en el estricto orden en que:**

A- Diligencie el formulario de inscripción en el cual se reserva el cupo para el curso. Para entidades oficiales, si la Universidad recibe con una semana de antelación al inicio del curso (como mínimo) una carta de compromiso firmada por el responsable directo en la cual se asegure el pago total de la inscripción a la presentación de la factura, adjuntando número de Nit, certificado de disponibilidad presupuestal y los documentos que la entidad requiera.

B- El participante realice el pago en la Universidad y presente el comprobante de pago cancelado en el Programa de Educación Continua.

**Anulación de la inscripción**

El participante inscrito podrá cancelar su cupo sólo si lo hace antes de la fecha estipulada para el cierre, de lo contrario la inscripción queda confirmada. Los pagos hechos con tarjeta de crédito tendrán un descuento al momento de la devolución por concepto de comisión. Si el participante no logra anular el cupo dentro del plazo establecido, puede endosar su cupo a otra persona solicitándolo por escrito al Programa.

**Cancelación o prórroga del curso**

La Pontificia Universidad Javeriana podrá cancelar el curso cuando no haya un número mínimo de participantes, y procederá a tramitar la devolución del valor recibido, dentro de los sesenta días siguientes. Igualmente la Universidad podrá posponer la realización del curso por razones de fuerza mayor (caso fortuito, ausencia de conferencista, etc.); en este caso se dará aviso a los participantes con suficiente antelación, a los teléfonos suministrados en el formulario de inscripción, sobre una nueva fecha.

**Devolución de pagos y abonos**

Por concepto de inscripciones a cursos o diplomados de educación continua, no se realizarán devoluciones de dinero recaudado por la Universidad. Solamente, se podrá solicitar el abono del valor pagado por la inscripción cuando se solicite por escrito con al menos 3 días de anticipación al inicio de un curso o diplomado; este valor se podrá abonar a la inscripción de otro programa y en caso de ser este de menor valor, no se realizará devolución de la diferencia. Igualmente, si la nueva inscripción tiene un valor mayor al abono, se procederá a facturar la diferencia. Una vez iniciadas las actividades académicas, no se realizarán abonos ni devoluciones de dinero. Ningún abono tendrá vigencia superior a 1 año. Se podrá pedir abono a nombre de un tercero.

En caso de que un curso o diplomado no se pueda abrir, debido a una circunstancia de fuerza mayor, se procederá a devolver el dinero recaudado por concepto de inscripción; en esta circunstancia, será posible solicitar abono de la inscripción a otro programa de educación continua.