

DIPLOMATURA EN GESTIÓN DE MARCA Y NEGOCIO



UNIVERSIDAD
AUSTRAL

CIENCIAS
EMPRESARIALES





DIPLOMATURA EN GESTIÓN DE MARCA Y NEGOCIO

OBJETIVOS

- 01 Aprender a desarrollar marcas como un negocio rentable en un entorno digital sumamente dinámico y con cambios disruptivos que se manifiestan en el consumidor, formando profesionales responsables en la estrategia de marca de una empresa.
- 02 Generar un espacio de networking con colegas del sector que trabajan en distintas empresas del mercado, lo que permitirá no solo aprender de sus experiencias, sino también desarrollar una amplia red de contactos profesionales.
- 03 Aprender de expertos de firmas líderes e incorporar herramientas de manejo de datos, estrategia de marca y comercial, financieras y de planificación a través de la visión de casos prácticos y realistas.





¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDA?

Es el primer programa en marketing enfocado en la formación y desarrollo de profesionales en las posiciones de Responsables de Marca, Brand Manager, Jefe de Producto o similares, dictado por expertos en empresas líderes del mercado.

Sus principales destinatarios son jóvenes profesionales que desean especializarse en marketing y necesitan incorporar herramientas y conocimientos para el impulso de su carrera; responsables de marca o producto que quieren actualizar sus conocimientos frente a los nuevos desafíos del entorno actual; profesionales de pequeñas y medianas empresas que necesitan transformar su compañía hacia el mercado con un enfoque actualizado de marketing.

PRINCIPALES EJES DEL PROGRAMA

- ✓ El programa de esta Diplomatura ha sido diseñado por expertos de marca de compañías líderes en el mercado, orientado a desarrollar los conocimientos y las habilidades de la función del Brand Manager o responsables de gestión de marca y producto, para que los interesados puedan desenvolverse con éxito en un entorno dinámico, atravesado por la tecnología y cambios disruptivos en el consumidor y el entorno en el que deben liderar.
- ✓ El enfoque es 100% práctico y actualizado, aplicado a través de múltiples ejemplos, best practices y un caso de marca en el que se trabajará con la conducción del responsable de marketing de la empresa.
- ✓ Desarrolla una amplia red de contactos profesionales en el sector de marketing.





¿CÓMO SE DICTAN LAS CLASES?

Las clases se desarrollarán bajo la modalidad online, en formato sincrónico, a través de la plataforma de la Universidad Austral.

Adicionalmente, están previstas sesiones de networking “blended”: de manera presencial en el Campus Pilar y online.

Modalidad: Online sincrónico + encuentros de networking | **Duración:** 4 meses **Frecuencia:** 1 clase semanal de 3 hs | **Días de cursada:** miércoles de 18:30 a 21:30 hs **Inicio:** 10 de abril de 2024

DURACIÓN
4 MESES



INICIO
10 DE ABRIL DE 2024



CLASES DE
3 HORAS



MODALIDAD
ONLINE/BLENDED





PLAN DE ESTUDIOS

INTRODUCCIÓN: EL LÍDER DE MARCA EN LA EMPRESA

1. El rol del líder de marca en la empresa de hoy
2. Habilidades y competencias del Brand Manager en la organización
3. La integración de la marca dentro de la organización
4. Plan de trabajo individual: mi desarrollo como líder de marca

LIDERANDO LA ESTRATEGIA DE MARCA

1. Estrategias de marca centradas en insights del consumidor
2. Estrategias de segmentación, targeting y posicionamiento
3. Decisiones estratégicas de marca
4. El rol de las marcas con la sociedad: propósito de marca
5. Herramientas de estrategia de marcas: brand pyramid, brand key
6. Gestión de la salud de marca
7. Aplicación de estrategias y tácticas en un mundo digital

MARKETING EN UN CONTEXTO DE NEGOCIO DIGITAL

1. La transformación del negocio y las marcas a partir de la tecnología
2. La tecnología y el rol actual del Brand Manager
3. El uso de los datos para conocer a nuestros consumidores
4. Cambios e innovaciones en la gestión de marketing
5. Tendencias digitales aplicadas en marketing: Inteligencia Artificial, UGC, Omnicanalidad

CONSTRUYENDO LA INTELIGENCIA DE MERCADO

1. Conocimiento del consumidor en la era de la información
2. Business Intelligence: análisis de mercado, syndicated, desk research
3. Proceso de insights del consumidor, metodologías y técnicas de research
4. Descubriendo insights del consumidor. Insight into action
5. Aplicación en diseño y análisis de información de mercado
6. Qué historia quiero contar, qué mensaje quiero dejar con cada dato





COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARCA

1. Tendencias y cambios en la comunicación
2. Diseño de la estrategia integrada de comunicación
3. Desarrollo de la comunicación integrada: Publicidad, contenidos, medios
4. Funnel de marketing: etapas en la generación de demanda y conversión
5. Comunicación digital: owned, paid, earned
6. Medios digitales: search, video, display, gaming, social media. Google y Facebook
7. Gestión del proceso de comunicación con el ecosistema de agencias

CREANDO EXPERIENCIAS OMNICANAL

1. El rol estratégico de los canales en la creación de valor al consumidor
2. Principales tendencias y cambios que están ocurriendo en los canales
3. Mapeando el viaje de compra del consumidor y shopper
4. Diseño y desarrollo de estrategias omnicanal, e-commerce
5. Shopper marketing y gestión de la experiencia del punto de venta

ACTIVIDADES PRESENCIALES EN PILAR

EL LÍDER DE MARKETING EN LAS EMPRESAS DE HOY

1. Competencias del líder de marketing
2. Dinámica de reflexión individual y grupal
3. Espacio de networking entre empresas, profesores y alumnos

TALLER DE COMUNICACIONES

1. Pasos para desarrollar presentaciones efectivas
2. Técnicas de comunicación en público
3. Práctica y aplicación de las técnicas de comunicación
4. Reflexión individual y plan de trabajo

CERTIFICACIÓN ACADÉMICA

La Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Austral, sede Pilar, extenderá el Certificado académico de aprobación de la “Diplomatura en Gestión de Marca y Negocio” a quienes hayan cumplido con el régimen de promoción.





PROFESORES

- Brea, Agustín: Co-Founder, ABN Digital
- Coughal, Mariano: Socio y emprendedor en la industria del turismo. Fue Global Marketing Director en The Clorox Company. Profesor de Marketing en UCA
- Guglielmo, Marianela: Consumer & Shopper Insights, Mondelez
- Ledesma, Martín: Marketing Manager Hair Care, L’Oreal
- Nofal, Sebastián: Co-Founder, ABN Digital
- Pico Estrada, Martín: Profesor de Marketing en la Universidad Austral, UCA y Universidad Diego Portales, Chile. Socio fundador en CTD Partners Consulting.
- Puente Solari, Matías: Director de Marketing, Walmart Chile
- Sala, Ernesto: Profesor full time, Gerente de Marketing y líder de Innovación Educativa en UA

DIRECTOR DEL PROGRAMA MARTÍN PICO ESTRADA

Lic. en Administración de Empresas, UCA. Magíster en Dirección de Empresas UCEMA. Certificate in Marketing, UC Berkeley. Posee más de 20 años de experiencia ejecutiva en empresas de Argentina, México, Chile y Perú. Trabajó en posiciones comerciales y de marketing en Abbott, Campbell’s, Clorox y Lafarge Holcim, entre otras. Actualmente, es socio fundador de CTD Partners Consulting, consultora especializada en Transformación Integral del Negocio y profesor de Marketing en la UCA y Universidad Austral. Exdirector del Magíster en Dirección de Marketing de la Universidad Diego Portales (Chile).

CO-DIRECTOR DEL PROGRAMA ERNESTO SALA


Máster in Business Administration (MBA) dictado por IAE con especialización en Marketing en London Business School. Además, es abogado por la Universidad del Salvador. Desde su expertise en el marketing y la innovación, es profesor de estas materias desde hace más de 15 años en el extranjero (Universidad Complutense de Madrid) y en el país (Universidad de Palermo, Universidad Austral y Universidad de Buenos Aires). Su carrera profesional abarcó múltiples ámbitos y negocios, desde multinacionales como Coca Cola y Cadbury Schweppes hasta emprendimientos propios a nivel entrepreneur y PYME.





CONTACTO

SOFÍA MARÍA GAROSELLI

 +54 9 11 38406810

 sgaroselli@austral.edu.ar

TRANSFORMANDO TU FUTURO



POLÍTICA DE REINTEGROS

En caso de que el participante solicite la baja hasta 5 días hábiles antes del inicio de clases, no se reintegrará la matrícula por reserva de vacante, y sí el importe abonado en concepto de arancel/cuotas. (*)

Los alumnos que abandonen durante el transcurso del cursado (baja o suspensión de estudios), no podrán reclamar la devolución de la matrícula. Se reintegrará el 50% de lo abonado, siempre que las horas de clases cursadas no superen el 30% de la actividad. (*).

(*) Sobre el importe sujeto a devolución, se le deducirá un 5% en concepto de cargos administrativos.

