

# Power Brands: Estrategia, Identidad y Arquitectura de Marcas

*Virtual*

# Power Brands: Estrategia, Identidad y Arquitectura de Marcas

## Acerca del programa

En un entorno empresarial caracterizado por la hipercompetencia, la transformación digital y la sobreabundancia de información, las marcas se han consolidado como activos estratégicos fundamentales para las organizaciones. La capacidad de construir, gestionar y proyectar marcas sólidas, coherentes y significativas se ha convertido en una competencia clave para profesionales de diversas disciplinas, que buscan actualizar y profundizar sus conocimientos en torno a la gestión de marcas. Esta necesidad responde tanto a los desafíos actuales del mercado como a la evolución de los modelos de negocio, donde la diferenciación y el valor simbólico de las marcas juegan un rol central.

A través de un enfoque multidimensional, el programa aborda desde los fundamentos del valor marcario hasta las estrategias de arquitectura, identidad, posicionamiento y comunicación, permitiendo a los participantes tomar decisiones criteriosas y alineadas con las mejores prácticas internacionales.

**Inicio: 14 de octubre**

**Finalización: 11 de noviembre**

**Clases: Martes, de 19 a 22 hs.**

# Objetivos del Programa

## General

- Incorporar los elementos necesarios para tomar decisiones criteriosas sobre Marcas, tanto para su creación como para su gestión maximizando la performance de las mismas.

## Específicos

- Conocer los conceptos centrales sobre la definición de la Marca.
- Adquirir criterios para tomar decisiones sobre la creación de Marcas.
- Comprender las dinámicas del Posicionamiento de Marca.
- Poder definir los elementos de Identidad Marcaria.
- Poder desarrollar Arquitecturas de Marca adecuadas.
- Comprender el significado de la Marca desde una perspectiva holística.

## Destinatarios

Dirigido a profesionales y graduados que requieran complementar/actualizar los conocimientos adquiridos en su formación o trayectoria laboral, para la gestión de los aspectos relacionados con Marcas.

## Metodología de enseñanza

- a) Clases sincrónicas semanales con TEAMS, de 3 horas.
- b) Foros de análisis y debate colaborativo de temas (puede ser individual o grupal).
- c) Trabajo en Equipo con transferencia al contexto puesto/área/ organización/ sector/industria.
- d) Lectura de capítulos de libros, artículos de publicaciones de negocios y notas técnicas.

## ¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de la Fundación UADE.
- Más de 60 años enseñando gestión de negocios.
- Más de 30 años en la capacitación de líderes y ejecutivos.
- Enseñanza orientada a la aplicación de conceptos en el ámbito profesional.
- Contenidos actualizados según las últimas tendencias y el desarrollo de mejores prácticas del mercado.
- Toma de decisiones gerenciales utilizando el método del caso.
- Interacción permanente entre docentes y participantes, enriqueciendo así la experiencia de capacitación.
- Docentes con vasta trayectoria profesional y gerencial.
- Infraestructura tecnológica de primer nivel.

## Nuestros Valores y Competencias

- Trabajo en Equipo.
- Integración.
- Empoderamiento.
- Responsabilidad Social.
- Transformación de la Realidad.
- Gestión del Cambio.
- Creación de Valor
- Innovación.
- Liderazgo.
- Proactividad.
- Flexibilidad.
- Actualización.
- Toma de Decisiones.
- Emprendedurismo.

## ¿Qué beneficios ofrece este Programa?

- Mejorar el perfil profesional.
- Obtener herramientas para alcanzar el siguiente nivel en la organización.
- Superarse personal y laboralmente.
- Apalancar el crecimiento.
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador..

# Plan de estudio

## Módulo 1 - Valor de Marca

- Evolución del concepto y representaciones de Marca. Características y Asociaciones de la Marca. Insights.

## Módulo 2 - Construcción e Identidad Marcaria

- Posicionamiento y percepciones, lineamientos y técnicas. Construcción y elementos de Identidad Marcaria.

## Módulo 3 - Arquitectura de Marca

- Estrategia de Marcas, clasificaciones. Marca Corporativa. Alternativas y criterios para una adecuada Arquitectura Marcaria.

## Módulo 4 - Gestión y Métricas de Marca

- Significados de la Marca. Marquismo en distintos ámbitos de aplicación. Brand Equity, Métricas de performance para el desarrollo y gestión de la Marca.

## Módulo 5 - Comunicación y Marca

- Integrated Marketing Communications y Marca.

## Cuerpo docente



### Jorge Almada

- Ingeniero en Electrónica, UTN y Master en Administración (IDEA) con un intercambio en Estados Unidos (University of San Diego), Doctorado en Ciencias Sociales (FLACSO).
- Luego de más de 25 años en posiciones directivas regionales en empresas como Coca-Cola, IGT, AT&T y NCR, se dedica hoy casi exclusivamente a la docencia de posgrado en distintas universidades como UADE, ITBA, Di Tella, San Andrés, Palermo y Siglo 21.
- Es consultor en temas de Marketing y Operaciones.

## Requisitos de Admisión

- Completar la solicitud de Admisión.
- Presentar Currículum Vitae.
- Entrevista de admisión, en caso de ser requerida.

## Condiciones de Evaluación y Certificación

Quienes cumplan con el 75% de asistencia al programa recibirán su certificado de Participación.

## Valor y forma de pago del programa

Consultar en:



[posgrados@uade.edu.ar](mailto:posgrados@uade.edu.ar)



11 6210-4814

*Cursos y programas que no constituyen carreras de posgrado en los términos del Art. 39 de la Ley de Educación Superior Nº 24.521 y de la Resolución Ministerial 160/11.*

*La Universidad se reserva el derecho de realizar los cambios que considere necesarios respecto de fechas, docentes y aranceles.*





**UADE BUSINESS SCHOOL**



Lima 757 / Libertad 1340 (CABA)



[uade.edu.ar/sites/business-school/capitacion-ejecutiva/](http://uade.edu.ar/sites/business-school/capitacion-ejecutiva/)

