



Universidad de
La Sabana

ESCUELA INTERNACIONAL DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Acreditación
Institucional
de Alta Calidad | **8**
Años

Resolución n.º 09532 del 11 de mayo del 2017

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA DE MARCA



Objetivo de FORMACIÓN

Formar especialistas en Gerencia Estratégica de Marca con una sólida fundamentación cognitiva en branding y en dar valor a las marcas; igualmente, nuestros estudiantes tendrán fortalezas en innovación y en la búsqueda de respuestas divergentes que concilien los presupuestos corporativos con los imperativos éticos de respeto por los valores humanos y el medio ambiente.



¿POR QUÉ ESTUDIAR GERENCIA ESTRATÉGICA DE MARCA?

Desarrolla criterios para definir los enfoques creativos de la estrategia de comunicación y desarrolla criterios analíticos divergentes para determinar oportunidades y factores estratégicos de competitividad para marcas y productos.

Quien estudia la especialización sabe construir marcas y darle valor a través de procesos de Brand Equity, sabe integrar el proceso de branding a la estrategia integral de mercadeo.

Sabe analizar los hallazgos de una investigación de mercados y darles valor para la estrategia.

TÍTULO QUE SE OTORGA

Especialista en Gerencia Estratégica de Marca

CRÉDITOS

Veinticuatro (24)

DURACIÓN

Un (1) año equivalente a 2 semestres académicos.

HORARIOS

Viernes 3:30 p.m. a 8:00 p.m.

Sábado de 7:00 a.m. a 11:30 a.m.

Perfil del Aspirante

Profesionales de áreas disímiles responsables de las marcas en las organizaciones, que hagan parte del recurso humano que tiene a su haber la rentabilidad de los portafolios que sus empresas ofrecen al mercado. Lo anterior indica que debe ofrecerse de manera abierta en cuanto a la variedad de profesiones, pero cerrado en función de las responsabilidades.

Perfil Ocupacional

Los especialistas en Gerencia Estratégica de Marca podrán desempeñarse en cargos de alta responsabilidad en compañías nacionales o multinacionales, diseñando y ejecutando tareas estratégicas para el desarrollo de bienes y servicios que impliquen la construcción de marcas para el mercado y que signifiquen la generación de ingresos y rentabilidad.

Perfil Profesional

Será un profesional con una gran capacidad para la planeación, pensamiento divergente y rupturista para que asuma los desafíos que implica diseñar la arquitectura de una marca y la definición del “equity” en la que soportará la promesa de valor.



PLAN DE ESTUDIOS

SEMESTRE I

SEMESTRE II

FORMACIÓN
GERENCIAL
10 créditos

Investigación de Mercados y
Herramientas de Monitoreo Digital

2 créditos

Planeación Estratégica
de Marketing

2 créditos

Finanzas y Presupuestos
de Marca

2 créditos

Aspectos Legales de la Marca

1 crédito

Administración de Portafolio
de Marcas

1 crédito

Gerencia de Marca

2 créditos

FORMACIÓN ESPECÍFICA
EN BRAND EQUITY
11 créditos

Estrategia de Marca

1 crédito

Creatividad e Innovación de Marca

1 crédito

Imagen e Identidad de Marca

1 crédito

Comunicación Estratégica de Marca

2 créditos

Modelos Estratégicos de
Brand Equity

2 créditos

Taller Observatorio de Marcas

2 créditos

Digital Branding

2 créditos

FORMACIÓN
COMPLEMENTARIA
3 créditos

Ética y Responsabilidad Corporativa

1 crédito

Electiva

2 créditos

TOTAL CRÉDITOS: 12

TOTAL CRÉDITOS: 12

TOTAL CRÉDITOS: 24

Contacto e Inscripciones

TEL: 861 5555 / 6666

Exts: 14101 / 14222

forum.eicea@unisabana.edu.co

**Carrera 69 No 80- 45,
Piso 5. Bogotá,
Colombia**

www.unisabana.edu.co



Código SNIES 105177

Institución de Educación Superior sujeta a inspección y vigilancia
por el Ministerio de Educación Nacional