



Universidad de  
**La Sabana**

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

Resolución n.º 09532 del 11 de mayo del 2017

ESCUELA INTERNACIONAL  
DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
Y ADMINISTRATIVAS

# 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](mailto:forum.eicea@unisabana.edu.co)**

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

**[www.unisabana.edu.co](http://www.unisabana.edu.co)**

