



# PROGRAMA EJECUTIVO EN GESTIÓN DE MARCAS



UNIVERSIDAD  
**AUSTRAL**

CIENCIAS  
EMPRESARIALES



# PROGRAMA EJECUTIVO EN GESTIÓN DE MARCAS AGOSTO 2022

---

Desarrollando las marcas como negocio rentable en un entorno digital.



UNIVERSIDAD  
**AUSTRAL**

CIENCIAS  
EMPRESARIALES



## ¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO?

---

Es el primer programa en Marketing enfocado en la formación y desarrollo de profesionales en la posición de Gerente de Marca, Brand Manager o similares, dictado por expertos en empresas líderes.

Está dirigido a jóvenes profesionales que desean especializarse en la carrera de marketing; responsables de marca o producto que desean actualizar sus conocimientos frente a los nuevos desafíos del entorno actual; profesionales de empresas pequeñas y medianas que necesitan transformar su empresa hacia el mercado con un enfoque actualizado de marketing.

## PRINCIPALES EJES DEL PROGRAMA

---

- ✓ El programa ha sido diseñado por **expertos de marca de empresas líderes**, pensando en desarrollar los conocimientos y habilidades de la función del Brand Manager o responsables de gestión de marca y producto, con el fin de que puedan desenvolverse exitosamente en un entorno altamente dinámico, atravesado por la tecnología y cambios disruptivos en el consumidor y el entorno en que deben liderar.
- ✓ **El enfoque es 100% práctico** 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 tu **red de contactos** profesionales en el sector de marketing.

# OBJETIVOS

- 01** El objetivo de la misma es acercar a los interesados a desarrollar las marcas en un negocio rentable, en un entorno digital, altamente dinámico y con cambios disruptivos en el consumo, formando profesionales responsables en la estrategia de marca de una empresa.
- 02** Generar un espacio de networking con colegas del sector que trabajen en distintas empresas, lo cual permitirá no solo aprender de las experiencias, sino también desarrollar una red de contactos profesional.
- 03** En el desarrollo de los elementos de soporte de negocio de las marcas podrás aprender de expertos de empresas líderes, incorporando herramientas de manejo de datos, estrategia de marca y comercial, financieras y de planificación a través de la visión de casos prácticos.



# ¿CÓMO SE DICTAN LAS CLASES?

**Duración:** 52 HS

**Modalidad de dictado:** 48 horas sincrónicas Online y 2 encuentros presenciales en el Campus de Pilar.

**Frecuencia:** 1 clase semanal.


**Días de cursado:** Jueves de 18:30 a 21:30 hs.

**Inicio:** 25 de Agosto 2022

**4**  
MESES  


**52**  
HORAS  


**CLASES DE**  
**3hs**  


**MODALIDAD**  
**ONLINE +**  
**PRESENCIAL**  








# 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 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.

# CUERPO DOCENTE



## DIRECTOR DEL PROGRAMA

### Martín Pico Estrada

Lic. en Administración de Empresas, UCA. Magister en Dirección de Empresas UCEMA. Certificate in Marketing, UC Berkeley. Posee más de 20 años de experiencia ejecutiva en empresas en 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. Es profesor. Ex director 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 ambientes y negocios variados, desde multinacionales como Coca Cola y Cadbury Schweppes, hasta emprendimientos propios a nivel emprenduer y PYME.

## PROFESORES

- **Martin Pico Estrada:** Profesor de Marketing, Universidad Austral, UCA y Universidad Diego Portales, Chile. Socio Fundador en CTD Partners Consulting.
- **Ernesto Sala:** Profesor full time, Gerente de Marketing y líder de innovación educativa en Universidad Austral.
- **Mariano Couffignal:** Socio y emprendedor en la industria del turismo. Fue Global Marketing Director, en The Clorox Company. Profesor de marketing en UCA.
- **Marianela Guglielmo:** Consumer & Shopper Insights, Mondelez.
- **Martin Ledesma:** Marketing Manager Hair Care, Loreal
- **Sebastián Nofal:** Co-Founder, ABN Digital.
- **Agustín Brea:** Co-Founder, ABN Digital.
- **Matías Puente Solari:** Director de Marketing, Walmart Chile.
- **Celeste Devechi:** Head of Brand Communication, Unilever Chile.
- **Federico Diaz Sparta:** Growth Manager, Refindable.

# CONTACTO

---

**Francisco Macías**

Posgrados y Formación Ejecutiva

**E-mail:** [fmacias@austral.edu.ar](mailto:fmacias@austral.edu.ar)

**https:** [www.austral.edu.ar/cienciasempresariales](https://www.austral.edu.ar/cienciasempresariales)



UNIVERSIDAD  
**AUSTRAL**

CIENCIAS  
EMPRESARIALES