

## DATOS GENERALES

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Curso académico</b>         | Curso 2023/2024   |
| <b>Tipo de curso</b>           | Microcredencial Universitario   |
| <b>Número de créditos</b>      | 4,50 Créditos ECTS  |
| <b>Matrícula</b>               | 150 euros (importe precio público pendiente de aprobación por el Consejo Social Universitat de València.) Preu general                                    |
| <b>Requisitos de acceso</b>    | El curso está dirigido a estudiantado en general y a profesionales de distintos ámbitos que quieran formarse en el ámbito del Brand Manager.              |
| <b>Modalidad</b>               | On-line   |
| <b>Lugar de impartición</b>    | Aula Virtual  |
| <b>Horario</b>                 | Modalidad asíncrona, no hay días ni horario en concreto, tan solo la fecha de inicio y la de fin del curso.   |
| <b>Dirección</b>               |   |
| <b>Organizador</b>             | 0   |
| <b>Dirección</b>               | Ángel del Castillo Rodríguez<br>Profesor/a Asociado de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats.<br>Universitat de València |
| <b>Plazos</b>                  |   |
| <b>Preinscripción al curso</b> | Hasta 17/06/24  |
| <b>Fecha inicio</b>            | Junio 24  |
| <b>Fecha fin</b>               | Julio 24  |
| <b>Más información</b>         |   |
| <b>Teléfono</b>                | 961 603 000   |
| <b>E-mail</b>                  | <a href="mailto:informacion@adeituv.es">informacion@adeituv.es</a>  |

## PROGRAMA

## Introducción

1. ¿Qué es Marketing?
2. La marca.
3. El Brand Manager.
4. Cómo llevar a cabo una estrategia de Brand Management en cuatro pasos.

## Fundamentos en la creación de marca

1. ¿Cuáles son las bases de una marca?
2. Principales aspectos en la creación de una marca.
3. Cómo potenciar una marca. Análisis del marketing deportivo.

## Marca personal

1. ¿Qué es la marca personal?
2. Componentes de la marca personal.
3. Construcción de la marca personal.
4. Elementos de la marca personal.
5. Branding e influencers.

## Gestión online de la marca

1. Introducción.
2. Los efectos de Internet en las empresas.
3. Internet como fuente de creación de identidad de marca.
4. Estrategia de nombre de marca en Internet.
5. Marcas sólo on-line.
6. Marca on-line a partir de la marca off-line.
7. Estrategia y creación de marca on-line.
8. La creación del brand-site.
9. El brand-site y la internacionalización de la marca.
10. Las marcas en el medio online hoy.

## PROFESORADO

### Ángel del Castillo Rodríguez

Profesor/a Asociado de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

### Lorena Romero Ferri

Diplomada en Relaciones Laborales

## OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Brand Manager, gestor de marca, marca personal y branding online.

El objetivo principal del curso es poner en conocimiento del alumnado los fundamentos de una marca, así como la importancia de una correcta gestión, tanto a nivel personal como de empresa, incidiendo en el medio online.

## METODOLOGÍA

El curso se basa en una metodología innovadora (online y asíncrona) a través de la plataforma online (Aula Virtual), de tal forma que no existen restricciones de espacio ni de tiempo, ya que el alumnado puede realizar el curso de forma cómoda, por ejemplo, desde su vivienda, y una vez se inicie podrá realizarlo cuando mejor le convenga, tanto en día de la semana como en horario.

El curso se estructura en una serie de bloques, que se irán facilitando a través de la plataforma online para que el alumnado pueda descargárselos y poder trabajar con ellos. Asimismo, a lo largo del curso se irán formulando una serie de actividades con el fin de por aplicar los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del curso.

Los alumnos dispondrán de tutorías virtuales con la finalidad de formular las cuestiones que puedan surgir a lo largo de curso relacionadas con el contenido del mismo.

Respecto a la forma de evaluar, habrá una evaluación continua, con la evaluación de la/s actividad/es que se presenten a lo largo del Curso.