

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Trabajos (3 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (1 puntos)
Semana 1	Tema 1. Ideas de partida en la gestión de marcas 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Situación actual del mercado, consumidores y marcas 1.3. Cambio de paradigma, de la era de la industrialización a la era digital, de las transacciones a las relaciones 1.4. Necesidad de la gestión de la marca 1.5. Beneficios de la gestión de la marca		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,25 cada una) Tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 2	Tema 2. Conceptualización de marca 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Percepción de la marca 2.3. Identidad de marca 2.4. Generación de preferencia		Foro:Cuál es el valor de las marcas (0,5 puntos) Tema 2 (0,1 puntos)	
Semana 3	Tema 3. Estrategia de marca 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Estrategia de negocio y estrategia de marca 3.3. Drivers de crecimiento 3.4. Panelistas, encuestas, estudio de mercado 3.5. Stakeholders 3.6. Propuesta de valor	Trabajo: Propuesta de valor y drivers de crecimiento (0,75 puntos)	Tema 3 (0,1 puntos)	
Semana 4	Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Posicionamiento			
Semana 5	Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación (continuación) 4.3. Atributos			
Semana 6	Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación (continuación) 4.4. Valores			
Semana 7	Semana de repaso			
Semana 8	Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación (continuación) 4.5. Personalidad y diferenciación			
Semana 9	Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación (continuación) 4.5. Personalidad y diferenciación	Trabajo: Posicionamiento, atributos y valores (0,75 puntos)	Tema 4 (0,1 puntos)	Lectura: La medición en la economía de los intangibles: métricas específicas y visión holística. Cooperative Excellence (1 puntos)

	Temas	Trabajos (3 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (1 puntos)
Semana 10	Tema 5. Identidad de marca 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Definición y creación del Brand Identity 5.3. Elección de las señas de identidad básicas y naming 5.4. Desarrollo de los diferentes niveles partiendo de la identidad definida			
Semana 11	Tema 5. Identidad de marca 5.5. Definición de colores, música estilo visual y elementos gráficos 5.6. Definición del tono de voz, tipografías	Trabajo: Análisis comparativo de marcas cerveceras en el mercado español (0,75 puntos)	Foro: Señas de identidad (0,5 puntos) Tema 5 (0,1 puntos)	
Semana 12	Tema 6. Experiencia de marca, herramientas de la marca 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Comunicación de la marca 6.3. Publicidad y la marca 6.4. RRPP y la marca	Trabajo: Análisis comparativo de la política de comunicación de la marca (0,75 puntos)		
Semana 13	Tema 6. Experiencia de marca herramientas de la marca (continuación) 6.5 Promociones y la marca 6.6 Eventos y la marca 6.7 Otros 6.8 Revisión de casos prácticos de marcas con diferentes estrategias en las herramientas		Tema 6 (0,1 puntos)	
Semana 14	Tema 7. Herramientas de gestión 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Libro de marca (Brand book) 7.3. Manual de identidad (Brand guidelines) 7.4. Cuadro de mando (Brand scorecard)		Tema 7 (0,1 puntos)	
Semana 15	Tema 8. Intangibles como elemento de innovación de la marca y su estrategia de futuro 8.1.¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Intangibles de la marca 8.3. Intangibles como estrategia de futuro y ventaja competitiva		Tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 16	Semana de exámenes			