

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Fundamentos de Branding

Descripción:

La asignatura pretende mostrar al alumno la idiosincrasia de la marca y su gestión estratégica en la empresa. Para ello, se ha dividido el mismo en dos bloques diferenciados. Para ello, se ofrece un marco basado en la conceptualización, tipos y necesidad de apuesta por la marca. A partir de ahí, se detallan los principales modelos de valor y capital de marca propuestos en la literatura, descifrando los elementos más comúnmente aceptados en el ámbito científico-empresarial. Y, con ello, se ahonda en la importancia de administrar estratégicamente las marcas y la definición del plan de branding.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6

Contextualización:

- Conceptos básicos, decisiones e instrumentos de Branding
- Branding estratégico
- Branding operativo

Modalidad: Online

Temario:

- La marca
- El valor de marca
- El capital de marca
- Modelos y elementos del valor y capital de marca
- La Dirección de Branding
- Marca y tendencias actuales

Competencias:

- CE18: Conocer los principios y fundamentos de la creación y valoración de marcas.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	15	100%
Clases prácticas	20	100%
Trabajo autónomo	100	0%
Tutorías	13	100%
Pruebas	2	100%

Metodologías docentes:

Lección magistral participativa	El estudiante interviene, complementando o dando <i>feedback</i> a la exposición del profesor.
Estudio de casos / Resolución de problemas	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.
Trabajo Cooperativo	El trabajo en grupo se convierte en la herramienta para trabajar en grupos de discusión, grupos focales, debates, coloquios o foros.
Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado
Revisión bibliográfica	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio	40	60
Evaluación de la prueba	40	60

Normativa específica:

No se han establecido requisitos previos para esta asignatura.

Bibliografía:

Casanoves, J. (2017). Fundamentos de Branding. Profit Editorial.