

A man with a beard and a dark suit is shown in profile, looking intently at a large, glowing digital screen. His right hand is raised, with his index finger pointing at a circular graphic on the screen. His left hand is also raised, with his fingers spread, as if he is manipulating or presenting data. The screen displays various digital elements: a bar chart at the top left, a line graph below it, and several circular icons. The background is dark and blurred, with a warm light source visible on the right side. The overall atmosphere is high-tech and professional.

POWERBRAND Digital

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA
EL POSICIONAMIENTO DE MARCAS



A VANCE
Educación Continua



**Rosario
GSB**

Graduate School of Business
Universidad del Rosario

Desde el 2017 el **Rosario GSB – Graduate School of Business** se ha consolidado como una escuela orientada a la formación posgradual en el campo de los negocios y las organizaciones en el sector privado y público. Nuestro propósito central es ofrecer programas de formación directiva orientados a la creación, crecimiento e innovación en los negocios para agregar valor a las empresas en el contexto local e internacional.

Trascendemos talento formando magísteres, considerando las siguientes premisas:

- ◆ Liderazgo adaptativo.
- ◆ Inteligencia colaborativa.
- ◆ Pensamiento con sentido por la vida, la familia y la profesión.

Somos la

3^a mejor escuela de negocios en Bogotá,
según el **ranking América Economía.**

¡Lidera el **cambio digital** y posiciona tu **marca en la vanguardia!**



Duración:
14 semanas (72 horas)



Acceso remoto
Martes y jueves
6:00 p. m. a 9:00 p. m.



Dirigido a:

Empresarios, emprendedores, directivos consultores y profesionales interesados en apropiar conocimientos en el diseño y construcción de una marca; y en la formulación de estrategias de comunicación de marca a través de plataformas digitales.



Directora académica:

- **Marta Acevedo**

Ejecutiva con más de 18 años de experiencia en liderazgo estratégico en ventas, marketing y gestión de equipos. Experta en diseñar e implementar iniciativas comerciales que maximizan resultados financieros, fortalecen relaciones clave y optimizan procesos operativos.

Sobre el programa

En un mundo donde la transformación digital redefine constantemente las reglas del mercado, la comunicación estratégica y el posicionamiento de marcas han dejado de ser simplemente funciones operativas para convertirse en componentes críticos del liderazgo corporativo. Las marcas que deseen mantener su relevancia deben anticiparse a las tendencias, responder con agilidad a las demandas del entorno y construir narrativas poderosas que conecten con las aspiraciones de sus audiencias, generando lealtad y diferenciación sostenida en el tiempo.

En **2024**, la inversión en marketing digital continúa en crecimiento, representando hasta el **60 %** del presupuesto total en empresas de marcas directas al consumidor (BrandSPACE, 2024). Esta tendencia se ve impulsada por el aumento del uso de la inteligencia artificial y la automatización, herramientas que han demostrado mejorar la eficiencia operativa en un **84 %** y la personalización de contenidos en un **77 %** (Media Source, 2024).

Además, las plataformas sociales como Facebook e Instagram lideran el retorno de inversión, con un **29 %** cada una, lo que refleja la creciente importancia de estas plataformas en las estrategias de posicionamiento de marcas (BrandSPACE, 2024).

Propósitos de **formación**

Formar líderes capaces de diseñar y ejecutar estrategias de comunicación alineadas con los objetivos de negocio, asegurando que el posicionamiento de la marca se convierta en un pilar fundamental para la ventaja competitiva en mercados globales.

Desarrollar la capacidad de diseñar y ejecutar estrategias de marca coherentes con los objetivos organizacionales, centradas en la diferenciación y la creación de valor sostenible.

Orientar a los participantes en la creación de narrativas digitales auténticas y disruptivas que conecten con las audiencias de manera emocional.

Explicar a los participantes el proceso y la implementación de campañas creativas que involucren a los consumidores de manera activa.

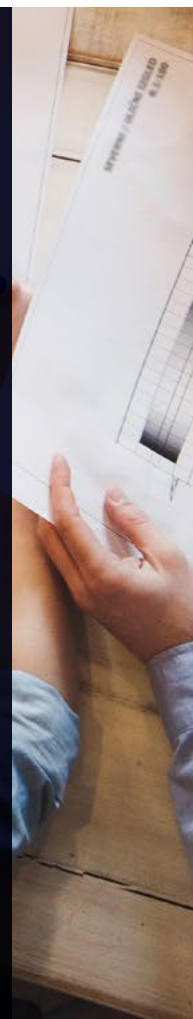
Brindar herramientas para desarrollar una comunicación digital eficaz que maximice la interacción con los consumidores en tiempo real.





Metodología

- ♦ **Sesiones Expositivas.** En las sesiones sincrónicas se presenta de manera sintética, secuencial y motivadora los contenidos del curso a través de la exposición oral con apoyo audiovisual.
- ♦ **Aprendizaje Cooperativo.** Es una estrategia en la que un grupo de participantes trabaja en colaboración en una tarea determinada. La tarea puede ser tan simple como resolver un cuestionario o tan compleja como escribir una historia.
- ♦ **Talleres Prácticos.** Es un método que permite a los alumnos convenientemente agrupados, realizar y discutir un trabajo concreto, intervenir en una actividad exterior, o encontrar solución a un problema sometido al examen del grupo, con la finalidad de concluir con unos razonamientos concretos.





Beneficios

- ♦ **Interacción directa y enriquecedora:** La presencialidad permite un intercambio continuo de ideas entre los participantes y el instructor, generando debates, preguntas y aportes en tiempo real. Este contacto directo fomenta un aprendizaje dinámico, donde la retroalimentación inmediata mejora la comprensión de los temas tratados y permite una personalización que muchas veces es difícil de lograr en otros formatos.
- ♦ **Compromiso y enfoque total en el aprendizaje:** Al asistir de manera presencial, los participantes se encuentran en un entorno diseñado para eliminar distracciones externas, logrando un mayor nivel de concentración. Esto asegura que el tiempo invertido sea altamente productivo, maximizando los resultados en un período reducido.
- ♦ **Inmersión total en un ambiente de aprendizaje:** Asistir presencialmente brinda la oportunidad de desconectarse de las rutinas diarias y sumergirse por completo en el contenido del curso. Este enfoque intensivo ayuda a los participantes a asimilar conocimientos en menos tiempo y con mayor profundidad.



Contenido temático

Módulo 1 Estrategia de marca

- › Estrategia de marca.
- › Alineación de objetivos marketing y branding.
- › Postura de marca.
Plataforma estratégica de branding.
- › Modelos de arquitectura de marca.

Módulo 2 Narrativas digitales

- › Storytelling y lenguaje digital.
- › Formatos y soportes narrativos.
- › Construcción de contenidos digitales.
- › Claves para un storytelling exitoso.
- › Experimentación de la narrativa.

Módulo 3 Activación creativa

- › Potencial creativo.
- › Acciones para soluciones creativas en branding.
- › Técnicas de pensamiento creativo
- › Creatividad en branding.



Contenido temático

Módulo 4 **Comunicación Digital**

- › Plataformas digitales.
- › Comunicación interna externa.
- › Herramientas y tecnologías digitales.
- › Plan de comunicación digital con objetivo de branding.

Módulo 5 **Reputación y manejo de crisis**

- › El valor de la reputación corporativa en la era de la inflexión digital.
- › Métricas para entender el impacto de una crisis en redes sociales.
- › Estrategias para el manejo de crisis.
- › Guía para la capitalización de reputación de marcas comerciales y corporativas.

Módulo 6 **Analítica y Optimización**

- › Analítica digital para la gestión de marca.
- › Brand awareness, sentimiento, alcance y engagement como KPIs claves.
- › Herramientas de analítica digital para la gestión de marca.
- › Decisiones estratégicas y optimización de métricas y KPIs digitales para la gestión de marca.

¿Tienes dudas o requieres
más información?

Contactanos



Angie Dayan Rodríguez
Ejecutiva comercial



educon1@urosario.edu.co



+57 320 3631921



Escanea el código
QR para escribirle a
Angie Rodríguez



Rosario
GSB

LEARNING HUB

A  VANCE
Educación Continua