



IDENTIDAD E IMAGEN DE MARCA

Sku: 4723EC

Horas: 10

OBJETIVOS

Conocer el concepto de marca y ser capaz de definirlo de manera adecuada. Estudiar el concepto Branding y todo lo que engloba. Ser consciente de la importancia de la emoción en las marcas.

CONTENIDOS

1. Las marcas. Identidad de marca. Entidad como marca. Producto y marca. Posicionamiento de marca. 2. El branding. Todo construye la marca. 3. La imagen de marca. Identidad visual. Logotipo, isotipo e imagotipo. 4. Comunicación. Comunicación al segmento de mercado. Entorno físico (puntos de venta). 5. Marcas emocionales. Experiencias de marcas para el consumidor. 6. Grandes marcas en el mercado de moda.