

Dirección Estratégica de la Marca y la Comunicación



La marca y la comunicación son dos áreas estratégicas para cualquier tipo de organización. La marca es uno de los activos intangibles más valiosos y un instrumento clave para alinear el proyecto empresarial, la percepción que tienen los grupos de interés de una organización y la cultura corporativa. La comunicación es imprescindible para definir el proyecto y compartirlo con los stakeholders internos y externos desde el momento de creación de la empresa y a lo largo de todo su desarrollo.

Marca y comunicación tienen por lo tanto que sustentarse en la estrategia corporativa y contribuir a ella. Esto exige que los gestores dependan directamente de los máximos responsables ejecutivos de las organizaciones, formen parte de los equipos directivos y se capaciten para desempeñar funciones que son transversales.

Objetivos

El programa proporciona los conocimientos y ayuda a desarrollar las competencias necesarias para desempeñar la función de dirección estratégica de la marca y de la comunicación y para ello facilita:

- La comprensión de la estrategia empresarial y de la interacción entre estrategia corporativa y la estrategia de marca y comunicación
- El entendimiento a nivel estratégico y organizativo de la relación entre marca y comunicación
- El aprendizaje práctico de la forma de elaborar un plan integral de marca y comunicación
- El conocimiento de la gestión de la marca y de la comunicación como base para la consecución de unas relaciones de la empresa con sus públicos internos y externos que posibiliten el desarrollo de la organización
- El conocimiento en la evaluación de la eficacia de la comunicación y de la valoración de las marcas



Participantes

El programa ha sido especialmente diseñado para directivos de organizaciones y profesionales con responsabilidad en la estrategia y en la gestión de la marca y/o de la comunicación tanto corporativa como comercial. Profesionales que gestionan las relaciones de la empresa con los públicos internos y externos, entre ellos los medios de comunicación.

Currículum

La dirección de la marca y de la comunicación

El plan integral de marca y de comunicación

Dirección estratégica de la empresa

Los medios de comunicación

La gestión de los stakeholders

Las actividades de comunicación y su integración

Estrategia y gestión de marca

La internacionalización de la marca y de la comunicación

La construcción de la marca y la comunicación interactiva

Brand metrics y gestión de eficacia de la comunicación

Marca e innovación

Comunicación interna y brand engagement

Marca y comunicación de crisis



Modelo de Aprendizaje

Los programas para directivos de Executive Education de ESADE son un foro abierto de ideas y de conocimientos en el que cada participante es protagonista activo del proceso de aprendizaje

Se propone un sistema de trabajo que permite a los participantes compartir los conocimientos y las experiencias que han adquirido en el ejercicio de su actividad profesional.

Los participantes desarrollan, a lo largo del programa, un trabajo práctico de aplicación a una realidad empresarial guiados por el equipo de profesores y de tutores.

Uno de los elementos clave de este modelo de aprendizaje es, sin duda, la aportación que hace los propios participantes, que a través del intercambio de experiencias enriquecen el conocimiento que se adquiere dentro y fuera del aula.

La selección de participantes, las discusiones de grupo, los almuerzos de trabajo y las actividades sociales facilitan el intercambio dinámico y el conocimiento compartido entre los participantes al programa procedentes de diferentes sectores y ámbitos empresariales.

“ESADE ha revalorizado mi carrera profesional. Antes de empezar el curso no podía imaginar un cambio profesional, y así ha sido. El curso me ha dado una visión global y me ha hecho comprender que en la dirección estratégica de la comunicación existen dos factores clave que son esenciales para su buen desarrollo: en primer lugar, la creciente importancia de los stakeholders o grupos de interés y, en el segundo, la imprescindible relación directa que debe mantener el dircom con la dirección general de la empresa.”

Cristina Planas
Organización y Comunicación, The North Face Store Barcelona

Información y Admisión



LUGAR DE REALIZACIÓN

ESADE Business School
Executive Education
Av. Esplugues, 92-96
08034 Barcelona

CALENDARIO Y HORARIO

12 días (11 lunes y 1 martes) de 9 a 18.30 h
26 de abril, 3, 10, 17 y 31 de mayo, 7, 14, 21
y 28 de junio y 5, 12 y 13 de julio de 2010

IMPORTE DE LA MATRÍCULA

9.710 €
8.255 € Miembros de ESADE Alumni

Este importe incluye la enseñanza, el material docente, el alojamiento de las actividades outdoor y los servicios de restauración.

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

Se recomienda que las personas interesadas en participar en el programa asistan a una de las presentaciones del mismo. Estas sesiones se convocan periódicamente y se anuncian en la página web de Executive Education (es necesario confirmar la asistencia). La sesión de presentación permite un diálogo sobre expectativas mutuas y asegura, no sólo la satisfacción de las necesidades de formación individuales, sino también la consecución de la máxima homogeneidad en el nivel de conocimientos y experiencia profesional de los participantes.

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Para concertar la entrevista, deberá remitirse a ESADE Business School la Solicitud de Admisión debidamente cumplimentada. El Comité de Admisiones del programa analizará y contestará todas las solicitudes que se presenten, informando de la admisión o no a cada candidato. Las solicitudes pueden ser presentadas hasta tres semanas antes de la fecha de inicio del programa. Superado este plazo no se garantiza la disponibilidad de plazas.

CANCELACIONES

En caso de que un imprevisto obligue a anular la inscripción, es preciso notificar la baja por escrito 20 días antes del inicio del programa para tener derecho al reembolso del importe total satisfecho. Dada la demanda del programa y el trabajo de preparación preprograma, si la baja se comunica dentro de los 20 días antes del inicio del programa, solo se reembolsará el 50% del importe total satisfecho. Las cancelaciones realizadas una vez iniciado el programa no tendrán derecho a devolución alguna.

ACREDITACIÓN ACADÉMICA

Al finalizar el programa, se entregará un certificado de participación a todas aquellas personas que hayan participado como mínimo en el 80% de las sesiones y hayan presentado su Plan de Empresa.

ESADE ALUMNI: UN NETWORK DE PRESTIGIO

Todos los participantes del programa, una vez finalizado el mismo, y en su condición de antiguos alumnos, podrán formar parte de ESADE Alumni y beneficiarse de los servicios y actividades que la Asociación organiza constantemente para sus asociados.

PARA MÁS INFORMACIÓN

Los candidatos pueden realizar las consultas que precisen sobre el programa o el proceso de admisión y presentar la Solicitud de Admisión, dirigiéndose a:

ESADE Business School
Executive Education
Av. Esplugues, 92-96. 08034 Barcelona
Tel. 932 804 008. Fax 932 048 105
exedBCN@esade.edu

▶▶ www.exed.esade.edu

Programa, fechas, importe y profesorado sujeto a posibles cambios. ESADE se reserva, además, el derecho de cancelar este programa si considera que no se cumplen los requisitos necesarios para el éxito del mismo.

“La realidad actual, caracterizada por la complejidad y la globalización, demanda de los profesionales de la comunicación un enfoque multidisciplinar, que abarca desde el uso de las nuevas tecnologías hasta la incorporación de un enfoque de responsabilidad social corporativa o nuevas formas de relación con los grupos de interés. El programa de Dirección Estratégica de la Comunicación te ofrece esa visión global que es tan necesaria para una organización no lucrativa como para una empresa comercial o una administración pública; te aporta las herramientas para ser ese directivo 360 grados que la comunicación actual exige”

Adela Farré
Responsable del Área de Identidad e Imagen de Intermón Oxfam

Equipo de Profesores



DIRECCIÓN DEL PROGRAMA

Josep M. Oroval Planas

Profesor del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Licenciado en Administración de Empresas (ESADE - UPC) y MBA por ESADE. Licenciado en Ciencias Económicas (Universidad de Barcelona). Director de los Executive Masters de ESADE. Ha trabajado en el área comercial y de marketing en empresas de diversos sectores. Ha sido fundador y socio y ha gestionado empresas de servicios de marketing, sobre todo en el sector de la comunicación. También ha formado parte de varios Consejos de Administración.



Albert Roura Planas

Colaborador académico del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Profesor invitado en el Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial de la Universidad Complutense de Madrid. Periodista y Consultor de Comunicación en Empresas. Ha sido Director de comunicación del grupo Agbar y coordinador del Programa El Matí de Catalunya Ràdio, Jefe de prensa en Catalunya de El Corte Inglés y director de Comunicación en la Fundación "la Caixa", así como director de Comunicación de la Universitat de Barcelona.



PROFESORADO

Ángel Alloza Losana

Colaborador académico del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Licenciado en Psicología (Universidad Complutense de Madrid). Postgrado en Investigación de marketing y opinión pública. Actualmente es Director de Reputación Corporativa, Imagen y Acción Social del Grupo BBVA.



Josep Hernández Escandell

Colaborador académico del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Investigación de postgrado en Ciencias Sociales y Comportamiento del Consumidor por la Universidad de Chicago y licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado por la Universidad de Barcelona. Director de Planificación Estratégica de Wunderman España y Global Insights Director de Wunderman Nueva York.



Oriol Iglesias Bedós

Profesor del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Doctorado Europeo en Dirección y Administración de Empresas (ESADE). Máster en Dirección y Administración de Empresas (ESADE). Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (ESADE - URL). Colabora en el Programa de Doctorado con la asignatura Arts of Reasoning in Knowledge.



Xavier Lesauvage Fargas

Colaborador académico del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Licenciado en ADE (ESADE) y Máster CEMS (ESADE-HEC). Director de Marketing para España y Portugal de Panrico-Donuts.



Ignacio Mur

Profesor del Departamento de Política de Empresa de ESADE. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Administración y Dirección de Empresas MBA por ESADE. Director del Program for anagement Development y del Programa para Directores Proprietarios de Executive Education de ESADE.



Joan Antoni Seijo Font

Profesor del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad de Barcelona). Diploma en Dirección de Marketing (ESADE). Director del área de Investigación Publicitaria de Ipsos Eco Consulting en Barcelona.



Beatriz Soler Bigas

Profesora del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Directora del Centro de la Marca de ESADE. Directora del programa Brand Development: Crecer a través de Estrategias de Marca de Executive Education de ESADE. Licenciada y Doctora en Psicología (Universidad de Barcelona). Programme for Executive Development, International General Management Programme, IMD (Suiza).



Jordi Torrents

Colaborador académico del Departamento de Dirección de Marketing. Licenciado en Psicología Industrial (UB). Director General de ADDED VALUE España, consultora global de desarrollo de marcas del grupo WPP. Ha sido Socio fundador y Director General de Planners Estrategias de Marca (compañía asociada al Grupo Bassat Gilvly).



Marc Vilanova Pichot

Profesor del Departamento de Ciencias Sociales de ESADE. Licenciado en Ciencias Económicas por la Shepherd University y DEA en Ciencias del Management (URL-ESADE). Investigador del Instituto desde 2001. Investigador principal de la línea de investigación sobre competitividad responsable, con la que ha participado en un proyecto internacional financiado por la Comisión Europea. Durante dos años ha sido coordinador para ESADE de la Social Enterprise Knowledge Network (SEKN).

NOTA: Puede consultarse el CV completo del profesorado en www.esade.edu/profesores

**EXECUTIVE
EDUCATION**

Campus Barcelona - Pedralbes

Av. Pedralbes, 60-62
08034 Barcelona
T. +34 932 806 162
F. +34 932 048 105

Campus Barcelona - Sant Cugat

Av. de la Torreblanca, 59
08190 Sant Cugat, Barcelona
T. +34 932 806 162

Campus Madrid

Mateo Inurria, 25-27
28036 Madrid
T. +34 913 597 714
F. +34 917 030 062

Campus Buenos Aires

Av. del Libertador, 17.175
Beccar - San Isidro
B1643CRD Argentina
T. +54 11 4747 1307

www.esade.edu

- **Dirección General**
- **Programas en inglés**
- **Propietarios / Empresa Familiar**
- **Estrategia**
- **Liderazgo y Cambio**
- **Marketing**
- **Finanzas**
- **Tecnología y Dirección de Operaciones**
- **“Entrepreneurship” Social**
- **Programas Sectoriales**



Mixed Sources
Product group from well-managed
forests and other controlled sources

Cert no.
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council