



01. Descripción General

La comunicación de marca se ha convertido actualmente en un motor de información noticiosa y de interés público que convive en los medios y en las diferentes plataformas junto a la contingencia y la ficción. Las marcas forman parte de cada uno de nosotros ya que forman parte de nuestra identidad. Nos identificamos con los valores de una que hace match con los nuestros y cada día generan mayor pertenencia. Es un bando, una comunidad, y cada vez más específica. Por lo mismo, un buen Brand PR es un pilar fundamental en la creación de la imagen y reputación de marca y pieza angular de cualquier estrategia de marketing que se precie de tal. Y a través de los medios o de las Redes Sociales, las marcas generan, interactúan y difunden su propio contenido. Y son miles, por lo que hay que saber encontrar los correctos y en el timing preciso. Esas son las reglas del juego actuales. Lo que se busca es que los participantes puedan interiorizarse de mejor forma a esta industria con información actualizada y casos reales prácticos que puedan desarrollar su conocimiento en el área.

02. Contenidos del curso

Sesión Contenido

1. ENTENDER EL SIGNIFICADO DE BRAND PR

- 1.A. Comunicaciones corporativas 1.0. (Entre 1995 - 2007)
- 1.B. Cómo las comunicaciones de marca hicieron cambiar las reglas del juego
- 1.C. Definición de estrategia & Brand Love
- 1.D. Irrupción de las RR.SS. y el cambio del paradigma marketero
- 1.E. Casos prácticos

2. DESARROLLAR EL CONCEPTO DE PR DIGITAL

- 2.A. ¿Cuándo un post se transformó en algo más importante que una noticia?
- 2.B. Ejemplos de viralización
- 2.C. Branded Content
- 2.D. El factor emocional
- 2.E. Los endorsers

3. APLICAR LOS PILARES DE LA COMUNICACIÓN DE MARCA

- 3.A. Teoría y práctica de un buen plan de PR
- 3.B. Desarrollo de esqueleto para armar un plan integral de comunicaciones
- 3.C. Utilización de la herramienta de talkability
- 3.D. Factores que marcan la relevancia de una comunicación de marca
- 3.E. Factor contingencia y generación de pauta noticiosa
- 3.F. Casos prácticos

4. EL 360 HA MUERTO

- 4.A. Elegir los fundamental channels para una campaña
- 4.B. Focalizar esfuerzos en canales de comunicación selectivos
- 4.C. Potenciar los nichos, la información es selectiva
- 4.A. La aparición del nuevo consumidor
- 4.B. Los micro influencers
- 4.C. Como lidiar con el resto de los actores del marketing

5. COMO AGREGAR VALOR DESDE LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 5.A. La importancia de la credibilidad y la reputación corporativa
- 5.B. El PR, el consigliere del marketing
- 5.C. Del Brand PR al engagement PR
- 5.D. Casos prácticos

6. CASO FINAL

- 6.A. Desarrollo de caso final individual
- 6.B. Presentación y defensa del caso
- 6.C. Conclusiones generales
- 6.D. Premiación La Escuela Awards

03. Reseña del docente

En este periodo de clases tendrás contacto directo con el mundo del marketing y las comunicaciones de marca de una forma dinámica, práctica y lúdica. Revisaremos los aspectos más importantes del Brand PR y como sacarle partido a esta herramienta para lograr los objetivos de posicionamiento deseado, con el análisis de casos reales tanto locales como internacionales y con la presencia de varios e importantes ejecutivos y gerentes.

04. Materiales

Los materiales se especificarán por el docente el primer día de clases

05. Horario

Martes y Jueves de 19:00 a 22:00 hrs.

06. Fecha de inicio

Martes 1 de Agosto

07. Valor

Valor SC \$370.000.-



Síguenos





pablo courard

Ficha docente Short Course Brand PR
contacto@laescuelachile.cl
@thecollege_fashiondesign

Pablo Courard es periodista titulado de la Universidad Diego Portales y Director Ejecutivo de la agencia Alta Comunicación. Fue columnista semanal del diario económico El Pulso, Gerente de marketing Adidas Originals para Chile, Perú y Bolivia y fue Director de Extensión y Admisión del Instituto Profesional DUOC UC.

Estudios superiores:

- Periodismo, Universidad Diego Portales

Destaca en:

- _ Director Ejecutivo de Alta Comunicación
- _ Gerente de marketing Adidas Originals para Chile, Perú y Bolivia
- _ Director de Extensión y Admisión del Instituto Profesional DUOC UC.