

Educación Continua 2013

Seminario Latinoamericano: Imagen de Marca País

El Branding Estratégico al servicio de la promoción de comunidades – países, regiones, ciudades.

Toda Comunidad, más allá de sus productos y servicios, es simultáneamente la narración de identidad de su gente. Quiénes son, qué hacen, a donde van... detrás de que sueños construyen realidad

Fundamentos

En un mundo global e interdependiente donde mercaderías y servicios compiten con imágenes y valores, las ciudades, municipios, provincias, regiones y países enfrentan la necesidad de ordenar sus activos más relevantes, tanto materiales como intangibles, para destacar su propia identidad y posicionarse de manera más nítida en el contexto mundial.

El concepto "imagen - marca - país" es la expresión que engloba el conjunto de intereses y objetivos de una comunidad con la identificación, reconocimiento y difusión de sus ventajas competitivas predominantes.

Profundizar sobre esta herramienta moderna para la promoción global de territorios; analizar casos exitosos e incorporar el conocimiento para su desarrollo, son algunos de los objetivos de este curso, único por su temática y enfoque en todo Latinoamérica.

2 días de inmersión total; viernes y sábado de 9 a 17 hs.

Contenidos Temáticos

MODULO I

Eduardo D. Sánchez

La Imagen como narración de Identidad

- La búsqueda de sentido en las sociedades modernas. Identidad e Imagen.
- El impacto de lo simbólico en los emprendimientos humanos. El valor de lo intangible y el capital cultural de las comunidades – enfoque antropológico.
- Cosmovisiones – mentalidades y competitividad.
- Geografía Sagrada - mitos, ritos y tótems.
- Mito competitivo – El Camino del Héroe
- Liderazgos Políticos y Alineamientos Estratégicos.

MODULO II

Benjamín von der Becke

Branding Estratégico

- Concepto de marca: *¿a qué denominamos marca hoy?*

- La noción de imagen: Relación entre "imagen" como fenómeno icónico e "imagen"
- como construcción discursiva.
- La comunicación estratégica para la promoción de territorios.
- Desarrollo de marcas de ciudades y países. Casos.
- Cómo se diseña una estrategia exitosa de Marca para una región.

Taller Seminario

"Trabajando en las propias realidades"

Profundización de los contenidos estratégicos, y trabajo conjunto entre los participantes y los dos capacitadores, incluyendo test y análisis en equipo sobre casos particulares.

Lo "Glocal". Herramientas estratégicas para el desarrollo de una marca comunitaria. Análisis de casos. Exploración sobre la identidad y la promoción global de ciudades y regiones. Públicos y percepciones. Matrices y auditorias de imagen. Trabajo grupal para la determinación de acciones estratégicas en el desarrollo de una marca territorial.

Disertantes

Eduardo D. Sánchez

eduardo.d.sanchez@gmail.com

- International Consulter IIP – Madrid, Trainer en Antropología Empresarial – Universidad de París y *Expertise* en Ciencias de la Comunicación no Verbal.
- Se ha especializado en el Estudio de la Dialéctica Identidad – Imagen, y su Sistema Global de Significación y Comunicación; y al Análisis de Mentalidades y Procesos de Cambio, para a partir de allí, comprender y predecir su manifestación; el comportamiento humano.
- Experto internacional en Gestión Cultural y Desarrollo Organizacional.
- Consultor en *Branding*. Como Director de CORPORATE, dirigió el área de Prospectiva y Alineamiento Estratégico.
- Director de los Posgrados: Diplomado en Identidad e Imagen Corporativa, Diplomado en Gestión del Capital Humano e Identidad e Imagen Política, en la Universidad de Belgrano.
- Creador del Posgrado Diplomado en Antropología Empresarial en la Universidad de Belgrano.
- Profesor Titular del Módulo Liderazgo y Gestión del Cambio, en el MBA de la Universidad Torcuato Di Tella.
- Consultor para el enfoque antropológico del Proyecto Nacional Estrategia Marca País para la Argentina.
- Jurado para la selección de la Identidad Visual del Bicentenario Argentino.
- Consultor para la Estrategia Marca Tucumán / IDEP, del Ministerio de Desarrollo Productivo del Gobierno de Tucumán.

- Consultor experto del BID (Banco Interamericano de Desarrollo); Proyecto: Incorporación de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), a la Gestión Operativa del INTA.
- Instructor internacional de Price Waterhouse Coopers.
- Asesor de empresas en Imagen y Dirección de Negocios / IBM – Siemens – Telefónica – BBVA - Banco Francés, etc.
- Ha realizado trabajos de investigación en Estudio de Mentalidades, analizando la correlación e importancia del mismo, como instrumento clave en el desarrollo social.
- Conferencista internacional invitado por distintas Universidades, Empresas y Gobiernos.

Benjamín von der Becke

- Licenciado en Historia y en Periodismo (Universidad Nacional de La Plata), realizó estudios de Posgrado en Semiótica, Comunicación y Marketing (Università di Bologna, Italia; y Universidad Austral, Bs. As.).
- Ha sido responsable de la comunicación institucional en diferentes organismos públicos y en empresas privadas.
- Actualmente consultor en temas de Comunicación estratégica y relación con los medios para empresas e instituciones nacionales y extranjeras.
- Asesor de la Secretaria de Medios de Comunicación de la Presidencia de la Nación y Responsable de la Estrategia Marca País - Argentina.
- Consultor para el posicionamiento internacional del clúster Turismo Rocha – Uruguay.
- Coordinador de la Estrategia Marca Tucumán – Argentina.
- Consultor para el desarrollo de una estrategia de marca para la ciudad de Bahía Blanca (Argentina).
- Director Ejecutivo de STRÂTEGOS.
- Consejero de la FURP.
- Desarrolla actividad docente en la UB y en el Instituto Universitario Ortega y Gasset; siendo además Profesor visitante en diversas Universidades de Latinoamérica.

CONSIDERACIONES GENERALES

Modalidad Intensiva

2 días de inmersión total; Lunes y Martes de 9 a 17 hs.

Fechas

9 y 10 de Diciembre de 2013

Certificados

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes asistan al Seminario.