

SEMINARIO "MARCAS: GESTIÓN Y VALORACIÓN"

ORGANIZA: Prof. Elena Gutiérrez García (egutierrez@unav.es), departamento de Empresa Informativa.

IMPORTE: Dña. Gabriela Salinas, gerente de marca de Deloitte.

CALENDARIO E INSCRIPCIÓN: El seminario tendrá una duración de 15 horas (y reconocimiento de crédito), que se distribuyen en las siguientes fechas del 2º cuatrimestre:

- Viernes 24 de febrero, 2 y 9 de marzo. Horario: de 12 a 14h y de 16 a 19h.
- Cuota de inscripción: 65 euros. Antes del pago debe realizarse la pre-inscripción en la secretaría (Dña. Maite Martínez, despacho 530, edif. Biblioteca). Ver ficha al final del documento.

DIRIGIDO A:

- Alumnos de 3^{er} y 4º curso de la Facultad de Comunicación de los grados de Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo, e interesados en el *Itinerario de Comunicación Institucional*.

DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS:

El seminario ayudará a entender el proceso de gestión, medición y valoración de una marca. Se presentarán diversas herramientas, sistemas, metodologías y modelos para su gestión y valoración, analizando sus ventajas y desventajas en función de diferentes aplicaciones.

Al final del seminario, el estudiante podrá:

- Entender qué implica la gestión estratégica de marca y su impacto en la creación de valor.
- Conocer las herramientas de gestión estratégica y su impacto probable en el valor y la percepción de las marcas en el mercado.
- Conceptualizar la marca desde diferentes perspectivas (de gestión de marketing, contable y económica). En particular, entender el concepto de marca como activo intangible y diferenciarlo de otros conceptos parejos.
- Estudiar las variables principales que intervienen en el proceso de valoración de marcas y otros activos intangibles (como la reputación o aquellos relacionados con el marketing).
- Revisar las principales metodologías de valoración y entender sus ventajas y desventajas.

METODOLOGÍA:

La metodología estará basada en sesiones teóricas, presenciales y participativas. A pesar de tratarse de clases principalmente teóricas, tendrán tres características principales:

- **Interactivas:** se incentivará la participación del alumno.
- **Utilización de numerosos ejemplos ilustrativos y algunos ejercicios:**
 - Se analizarán numerosos ejemplos y se discutirán varios casos que servirán para ilustrar los conceptos.
 - Se realizarán un ejercicio práctico por sesión para aplicar los conocimientos discutidos.
 - Se propondrá una breve lectura previa por sesión para debatir.
- **Deductivas:** se comenzará con conceptos generales para desarrollar luego los más específicos que se utilizan en gestión y valoración de marca.

PROGRAMA:

1 – Gestión estratégica de Marca

- ¿Por qué son importantes las marcas? ¿Cómo crean valor?
- ¿Qué es una marca?
- Introducción a la gestión estratégica de marca: concepto, herramientas y proceso.

2 - Herramientas y procesos específicos de gestión de marca

- Elementos básicos y “más tangibles” de la identidad de marca.
- Posicionamiento.
- Arquitectura de marca.
- Estrategias de crecimiento de marca: aspectos estratégicos y legales.
- Defensa legal de la marca.
- Comunicación de marca.
- Gestión de la marca interna o de la “marca-empleador”:
- La organización del equipo de gestión de marca.

3 – Valoración económica de marca

- Valor de marca.
- Valoración de marca.
- Aplicaciones de la valoración de marcas.
- Metodologías y proveedores de valoración de marcas.
- Tendencias generales en valoración de marcas.

GABRIELA SALINAS
DIRECTORA GLOBAL DE MARCA DELOITTE

Gabriela Salinas es *Brand Manager* de *Deloitte*, donde se especializa en proyectos de marca interna y medición y evaluación de marca para clientes internos y externos. Antes de integrarse a *Deloitte*, Gabriela trabajó en compañías como *Brandfinance*, *FutureBrand* (IPG), *Acindar S.A* (Arcelor) y *Scotiabank*.

Gabriela Salinas es Licenciada en Ciencias Empresariales por la Universidad Austral de Rosario (Argentina) y Magister en Finanzas Corporativas por la Universidad del CEMA, Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina. En esta última casa también se ha desempeñado como profesora adjunta a la cátedra de "Valuación de Activos Financieros" del Máster en Finanzas, Orientación Law & Finance.

Actualmente es profesora de "Valoración de Marca" en el Instituto de Análisis de Intangibles, y es ponente habitual en conferencias y seminarios.

Ha escrito varios libros: *The international brand valuation manual: A complete overview and analysis of brand valuation techniques, methodologies and applications* (Wiley, 2009). *Valoración y evaluación de marcas: medir para crear valor* (Deusto, 2008), *Valoración de Marcas: una revisión de enfoques, proveedores y metodologías* (Deusto, 2007).

Gabriela ha recibido varios premios por su trabajo en el área de gestión de marca, entre otros: "Premio a la Excelencia de la Asociación de Marketing" (España) en 2007 por su obra "Valoración de marcas: una revisión de enfoques, proveedores y metodologías" y el "Brand Leadership Award" (India) en 2009 por su trayectoria.

Es miembro del Comité Internacional ISO PC231 encargado de la estandarización de metodologías de valoración de marca, en calidad de experta con reconocida trayectoria en la materia. Ha escrito numerosos artículos publicados en medios nacionales e internacionales, tales como Marketing Science Institute, Journal of Brand Management, Harvard Deusto Business Review, Mercado, Marketeer e Infobrand.

Cuenta con una dilatada trayectoria profesional en el campo de la valoración de intangibles y gestión de marcas, donde ha desarrollado una sólida carrera internacional. Ha trabajado en Nueva York, Buenos Aires, Singapur, Londres y Madrid para clientes como Bank of America, Telefónica, Terra Networks, Bausch & Lomb, Johnson & Johnson, Great Eastern Life, General Motors, Grupo Munreco, Roca y otras compañías internacionales en proyectos relativos a evaluación de marca, arquitectura de marca, posicionamiento y valoración de marcas.

SEMINARIO “*MARCAS: GESTIÓN Y VALORACIÓN*”

**Pre-inscripciones:
Maite Martínez (ext. 2341)
Dpto. de Comunicación Pública, despacho 530
Biblioteca de Humanidades
(De 9.00 a 14.00 y de 16.00 a 17.30)**

APELLIDOS Y NOMBRE:

DIRECCIÓN PARTICULAR:

CODIGO POSTAL Y CIUDAD:

GRADO Y CURSO:

TELÉFONO:

E-MAIL:

- El alumno deberá adjuntar, junto a esta hoja, copia de su expediente académico.
- El seminario tiene plazas limitadas.
- Se comunicará la admisión por correo electrónico. Una vez comunicada la admisión, para confirmar la plaza se deberá realizar el pago antes del 15 de febrero de 2012.

CUOTA DE INSCRIPCIÓN: 65 EUROS