



**PROGRAMA FORMATIVO DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA**  
**BRANDING EN EL SECTOR DE PUBLICIDAD**  
**COMM003PO**

**PLANES DE FORMACIÓN DIRIGIDOS PRIORITARIAMENTE A TRABAJADORES OCUPADOS**

## PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA: BRANDING EN EL SECTOR DE PUBLICIDAD

---

### DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA

**1. Familia Profesional** COMERCIO Y MARKETING

**Área Profesional:** MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS

**2. Denominación:** BRANDING EN EL SECTOR DE PUBLICIDAD

**3. Código:** **COMM003PO**

**4. Objetivo General:** Identificar los aspectos del proceso de construcción de marcas publicitarias comerciales o corporativas y conseguir una sólida base teórica y conceptual del Branding en el sector de la publicidad y del Branding digital.

**5. Número de participantes:**

Máximo 25 participantes en modalidad presencial.

**6. Duración:**

Horas totales: 50

Modalidad: Presencial

Distribución de horas:

Presencial:..... 50

Teleformación:..... 0

**7. Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamiento:**

Contará con los m2 suficientes para albergar el equipamiento específico y la maquinaria necesaria para el desarrollo de la acción formativa

**7.1 Espacio formativo:**

**AULA POLIVALENTE:**

El aula contará con las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo de la acción formativa.

- Superficie: El aula deberá contar con un mínimo de 2m<sup>2</sup> por alumno. En caso de que el aula esté equipada con ordenadores , deberá contar con un mínimo de 3m<sup>2</sup> por alumno.
- Iluminación: luz natural y artificial que cumpla los niveles mínimos preceptivos.
- Ventilación: Climatización apropiada.
- Acondicionamiento eléctrico de acuerdo a las Normas Electrotécnicas de Baja Tensión y otras normas de aplicación.
- Aseos y servicios higiénicos sanitarios en número adecuado.
- Condiciones higiénicas, acústicas y de habitabilidad y seguridad, exigidas por la legislación vigente.
- Adaptabilidad: en el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad dispondrá de las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar la participación en condiciones de igualdad.
- PRL: cumple con los requisitos exigidos en materia de prevención de riesgos laborales

Cada espacio estará equipado con mobiliario docente adecuado al número de alumnos, así mismo constará de las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo del curso.

**7.2 Equipamientos:**

- Pizarras para escribir con rotulador.
- Equipos audiovisuales.
- Material de aula.
- Mesa y silla para formador.
- Mesas y sillas para alumnos.
- PCs instalados en red, cañón de proyección. Internet. Un equipo por persona.

– Software específico de la especialidad.

Se entregará a los participantes los manuales y el material didáctico necesarios para el adecuado desarrollo de la acción formativa

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

## **8. Requisitos necesarios para el ejercicio profesional:**

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si existen requisitos legales para el ejercicio de la profesión)

-

## **9. Requisitos oficiales de los centros:**

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si para la impartición de la formación existe algún requisito de homologación / autorización del centro por parte de otra administración competente.

-

## **10. CONTENIDOS FORMATIVOS:**

1. INTRODUCCIÓN A LAS MARCAS

2. PANORAMA ACTUAL, MARCA LÍDER, MARCAS BLANCAS

3. NAMING

4. ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN

5. ARQUITECTURA DE MARCA

6. GESTIÓN DE LAS MARCAS

6.1. Uso de las redes sociales y el Marketing 2.0 para potenciar una marca.

6.2. Diseño e implementación de estrategias de marca.

6.3. La introducción y el nombramiento de nuevos productos y extensiones de marca.

6.4. Gestión de marcas a través del tiempo.

6.5. Gestión de las marcas más allá de las fronteras geográficas y segmentos de mercado.

7. BRANDING DIGITAL

7.1. Diseñar programas de marketing para crear valor de marca (Branding).

7.2. La integración de las comunicaciones de marketing para crear valor de marca.

7.3. Aprovechamiento de las asociaciones secundarias de la marca para generar valor de marca.

8. IMPLEMENTACIÓN DE LA MARCA (DESDE LA PAPELERÍA HASTA EL PUNTO DE VENTA)

9. ESTRATEGIAS DE MARCA

10. REGISTRO Y PROTECCIÓN DE MARCAS

10.1. Propiedad intelectual y propiedad industrial.

10.1.1. Patentes y modelos de utilidad.

10.1.2. Diseños industriales.

10.1.3. Marcas y nombres comerciales.

10.1.4. El valor de la propiedad industrial para la empresa.

10.1.5. Servicios de información tecnológica de la OEPM.