

BRAND MANAGER

BRAND
MANAGER

BRAND
MANAGER

BRAND
MANAGER

el dossier para que lo sepas todo

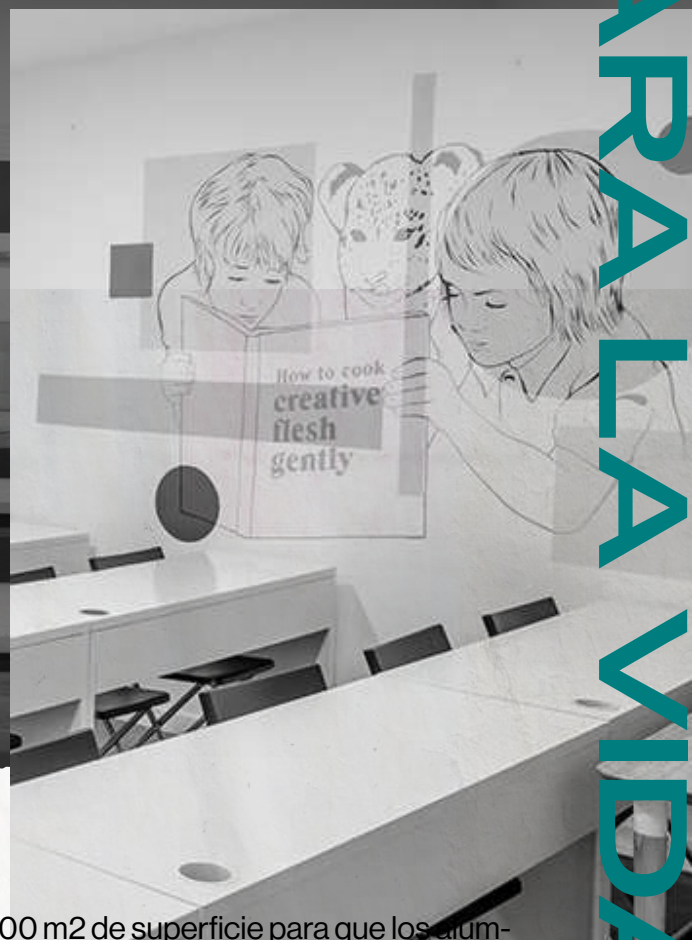
el dossier para que lo sepas todo

Una escuela
de publicidad
muy atómica.



The Atomic Garden es un concepto de escuela diferente. Nuestros alumnos aprenden trabajando. Somos una escuela-empresa, y tratamos de reproducir el ambiente que se vive en el departamento de marketing de una empresa, con los mismos plazos de entrega, la misma presión y la misma dinámica de trabajo que en la vida real.

Creemos que este es el mejor método para aprender la profesión publicitaria, trabajando duro desde el principio.



La Escuela

Disponemos de un espacio multidisciplinar con más de 700 m2 de superficie para que los alumnos se encuentren en unas instalaciones inspiradoras y confortables que les ayuden a sacar lo mejor de sí. La Publicidad y el Marketing son profesiones y en The Atomic Garden sabemos que se pueden aprender. Las ganas, el esfuerzo y el trabajo son la base de nuestro método.

Filosofía Atómica

1. Esto es La Vida Real.

En The Atomic Garden todo empieza con el desarrollo de un producto y de la marca, con un briefing real para hacer un plan de comunicación, como en la vida real, y termina con un OK por parte del cliente. Y si no hay ok, no termina, como en la vida real. En la escuela aprenderás trabajando.

2. El Brand Manager Atómico.

Para entrar en uno de los mejores anunciantes de este país necesitas estar preparado para la gestión estratégica y creativa de las marcas, para aportarles valor en el mercado, entenderte con las agencias creativas, con la central de medios, con la consultora de marca... En definitiva, debes estar preparado para todo. Ese es el principal objetivo de nuestro curso.

3. Método Atómico.

En The Atomic Garden contamos con la colaboración de algunos de los mejores Brand Managers, Directores de Marketing y Directores de Publicidad y Comunicación en activo de este país, que nos ayudan a desarrollar y evolucionar nuestro programa para estar adaptados a las exigencias de las agencias y del mercado publicitario actual, para ello lo revisamos cada 6 meses.

4. Doble Titulación.

Tenemos acuerdo con la Universidad San Jorge. La universidad acredita a los alumnos con la titulación de Experto Universitario en Brand Manager a través de créditos ECTS. De esta forma, obtendrás una doble titulación, la nuestra y la de la universidad.

5. Profesores Atómicos.

Nuestros profesores son Brand Managers, Directores de Marketing, Directores de Publicidad y Comunicación y profesionales del sector en activo que se comportarán como si fueran vuestros jefes. Os traerán casos reales de los proyectos en los que trabajan las marcas en la actualidad. Harán que deis lo mejor de vosotros para que al terminar el curso podáis desenvolveros perfectamente en una empresa.

6. Igualdad.

En The Atomic Garden queremos dar el mismo valor a la figura de la mujer y del hombre en el mundo de la publicidad, por ello, existe paridad en el número de profesor@s y de jef@s de estudio, además, tenemos clases sobre Roles y Estereotipos en Publicidad y organizamos cada año nuestra jornada de 'Mujeres Atómicas'.

7. El Cliente Inglés.

No, no tiene nada que ver con el centro comercial. El Cliente Inglés es una de las cosas de las que más orgullosos estamos. Un profesor nativo con el que podrás hablar, discutir y trabajar en inglés. Porque seamos sinceros, lo vas a necesitar.

9. Prácticas.

Nuestro curso te permite hacer 6 meses de prácticas extracurriculares en una empresa y podemos firmar convenio con cualquier empresa interesada.

EL PROGRAMA

MÓDULO 1: LA EMPRESA

Tipología de empresas (tipos y metodología de trabajo), Estructura: departamentos y organización y Valores, visión, misión

Plan estratégico

Transformación Digital

La empresa y la marca: casos Kodak, IBM

MÓDULO 2: PRODUCTOS/SERVICIOS

Innovación/fases de desarrollo de un nuevo producto

Innovación/fases de desarrollo de un nuevo producto

La diferenciación de producto

La experiencia de producto

Renovarse o morir

La política de precios

Nuevas marcas y servicios (Uber)

MÓDULO 3: CLIENTES Y CONSUMIDORES

Tipología de cliente

Estrategias de captación, fidelización y retención

Canales de comunicación con el cliente

Ciclo de vida del cliente

MÓDULO 4: DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS

Acciones de incentivos

Marketing promocional

Acciones de marketing en puntos de venta

MÓDULO 5: COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA

Los accionistas y el cliente interno

MÓDULO 6: MARKETING

El plan de marketing 1

El plan de marketing 2

La importancia del seguimiento de la marca

MÓDULO 7: LA MARCA

Identidad corporativa y el valor de la marca

Diferencias entre marca & producto

Posicionamiento de marca: mapping competencia

Características de la marca; esencia, valores y atributos

Personalidad de la marca: identidad y estilo visual

Manual de Identidad corporativa

MÓDULO 8: PUBLICIDAD

Proceso de una campaña de publicidad
Quién es quién: el papel de agencia y cliente
Reposicionamiento marca: Toyota 1
Reposicionamiento marca: Toyota 2
Lanzamientos marcas nuevas
Reposicionamiento marca:
Reposicionamiento marca: Bankia
¿Qué le pide un anunciante a una agencia?
Estrategia publicitaria
Estrategia de marca y publicitaria
Posicionamiento publicitario I
Posicionamiento publicitario II
El Briefing 1
El Briefing 2 (una semana después)
Eventos y Branded content
Concurso de Agencias
Brand Review
El papel de los auditores externos
Proceso producción campaña
Producción audiovisual
Uso de los personalities
Campañas con bajos presupuestos
Estrategia de marca y publicitaria
El Caso de BBVA

MÓDULO 9: CREATIVIDAD

Creatividad
Dirección de Arte
Medios no convencionales
Nuevos medios y criterio creativo
Presentaciones WOW
Intro Teoría Análisis Publicitario: Enfoque de la Diversidad

MÓDULO 10: PLANIFICACIÓN EN MEDIOS

Conceptos clave y estrategia de medios
Estrategia y briefing de medios
Premios Eficacia: Creatividad en medios
Masterclass: Negociaciones con los medios: El caso de las TV's

MÓDULO 11: MARKETING DIGITAL

SEO/SEM, Inbound marketing 3h
Display, Afiliados, RTB email MK
Redes Sociales
Comercio Digital
Grandes campañas/Acciones potentes

MÓDULO 12: PATROCINIO

Estrategia de patrocinio
Patrocinio deportivo

MÓDULO 13: INVESTIGACIÓN

Introducción a la investigación de mercado
Tipología de estudios: aplicaciones y modelos
Técnicas de investigación cualitativas
Técnicas de investigación cuantitativas
Nuevas técnicas de investigación: Big Data y neuromarketing
No nos confundamos: pre-test publicitario
¿Hemos dado en la diana?
No vivir a espaldas de la realidad: tracking de marca
360º: Brand Health Audit
Práctica 2h
Otros modelos para la gestión de marca: test de identidad visual corporativa (test de claim-naming)

MÓDULO 14: MARCA PERSONAL

Presentaciones y técnicas de oratoria 1
Presentaciones y técnicas de oratoria 2
Presentaciones y técnicas de oratoria 3
Temperamentos y CNV
Claves para hablar en Público 1
Claves para hablar en Público 2
Competencias emocionales, valores y creencias
Estilos de comunicación y PNL

INGLÉS

PROGRAMA

Los

CESAR RUIZ

Coca Cola

ESTHER MODINO

Leroy Merlín

Pro

**JOSE MARÍA
MADERA**

El Corte Inglés

LOURDES ILIÁN

Freelance

MARCOS PALOMARES

Wink

MARÍA GARNICA

Weeleda

NATALIA MIRAPEIX

ENE13 / Freelance

PABLO VILAR

FCB & Fire

ESTEFANÍA GIMENO

El Ruso de Rocky

ALEX CARVAJAL

GDM

SANDRA CANTERO

Toyota

SANDRA RAMIRO

La Global

**DIRECTORA
DEL CURSO**

Ainhoa Ginestal
Caser Seguros

DAVID FANEGO

Caser Seguros

**FRANCISCO
BLANCO**

Grupo Pascual

JUAN DE DIOS

Ikerfer

MANUEL GARCÍA

Magna Global

**MARGARIDA
VIDEIRA**

Cabify

**MARIANO
CASARES**

Bankia

OSCAR IBÁÑEZ

MRM//McCann

PABLO RODRÍGUEZ

El Ruso de Rocky

PALOMA AGUADO

Wessannen (Biogram)

PEDRO GARCÍA

GDM

SANDRA JIMÉNEZ

Freelance

SUSANA VÁZQUEZ

Orange

res

Precio de
matrícula:
500€
Precio
del curso:
3.200€



FINANCIACIÓN

Puedes financiar el pago del curso en 4 meses sin intereses. Cada cuota será de 800€, comenzando a pagar la primera cuota el mes de inicio del curso.

MATRICULACIÓN

Si quieres matricularte, escríbenos y te enviaremos el formulario de matrícula.

DURACIÓN Y HORARIOS

La duración total del curso son 4 meses, un total de 375 horas.

Convocatorias: Enero

Horario de clases*:
De lunes a viernes por la tarde.

*Las clases están sujetas a cambios de horario ya que los profesores son profesionales en activo.

CONDICIONES DE PAGO

El pago puede hacerse mediante transferencia bancaria o en efectivo.

Nuestro número de cuenta es:

Santander: ES79 0049 4777 62 2116341106

Titular: The Atomic Garden S.L.

El pago fraccionado se abonará entre los días 1 y 7 de cada mes. Una vez realizada la matrícula, el alumno se compromete al abono total del curso en las fechas previstas con independencia de su asistencia al mismo.

La participación en nuestros cursos será posible cuando hayas formalizado la matrícula y tras haber realizado el pago de las tasas del curso. La normativa de la escuela impide asistir a los cursos antes de haber formalizado la matrícula. Además, las reservas de plaza, sólo son posibles al formalizarse la inscripción y el pago del curso correspondiente.

Los alumnos de la escuela se beneficiarán gratuitamente de los servicios habituales de la biblioteca, ordenadores Mac y de todos los elementos educativos de la escuela.

DEVOLUCIONES Y CANCELACIÓN

Una vez abonada la cantidad de la matrícula del curso no se devolverá el importe de la misma, por lo que te rogamos leas con detenimiento nuestras condiciones de matriculación antes de formalizarla.

The Atomic Garden S.L. se reserva el derecho a cancelar el curso que no haya alcanzado el número mínimo de alumnos para poder realizarlo.

Si quieres empezar en una de las profesiones más apasionantes que hay, bienvenido a The Atomic Garden

Si tienes dudas...

  
@escuelatag


@theatomicgardenmadrid



Llámanos, escríbenos, ven a vernos.

Pide tu cita para una entrevista personal. Te esperamos.

preguntame@escuelatag.com
(+34) 91522 23 67 / (+34) 91864 3179

c/ Ramón de Aguinaga, 18 local. 28028, Madrid.
www.escuelatag.com