ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Posicionamiento de Marca y Propuesta de Valor

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Amplía tu formación con el Curso de Formación Permanente en Posicionamiento de Marca y Propuesta de Valor de ICUFOR, una oportunidad para dominar las estrategias que transforman marcas en activos empresariales de alto impacto. En un entorno donde la diferenciación y la conexión emocional con el consumidor determinan el éxito, contar con conocimientos especializados en branding estratégico resulta imprescindible para profesionales que buscan liderar proyectos de marketing y comunicación corporativa.

A lo largo del programa, profundizarás en los fundamentos del branding, la construcción de identidades sólidas y coherentes, así como en el análisis competitivo que permite identificar oportunidades de posicionamiento únicas.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del branding y el valor de marca, analizando su evolución histórica, modelos teóricos y tendencias actuales en la era digital.

Analizar el entorno competitivo y el comportamiento del consumidor, aplicando herramientas de investigación de mercado y técnicas de segmentación estratégica.

Diseñar propuestas de valor alineadas con la estrategia de marca, utilizando el Value Proposition Canvas y metodologías complementarias de innovación.

Implementar sistemas de medición y evaluación del posicionamiento y la propuesta de valor, empleando KPIs, estudios de tracking y cuadros de mando integral.

Definir la identidad de marca y sus elementos constitutivos, diferenciando los componentes verbales, visuales, sensoriales y los modelos de arquitectura de marca.

Dominar las estrategias de posicionamiento de marca, formulando declaraciones de posicionamiento eficaces y diferenciadoras en mercados competitivos.

Desarrollar planes de comunicación integrada de marca, incorporando storytelling, marketing de contenidos y gestión de la experiencia del cliente.

Aplicar criterios de gestión dinámica del posicionamiento, adaptando la estrategia de marca y la propuesta de valor ante cambios del entorno competitivo y digital.

Temario

01 Fundamentos del branding y la gestión estratégica de marca

1.1. Evolución histórica del concepto de marca y su relevancia en el entorno empresarial contemporáneo
1.2. Marco conceptual del branding: definiciones, dimensiones y enfoques teóricos fundamentales
1.3. El papel de la marca en la estrategia corporativa y de negocio
1.4. Valor de marca (brand equity): modelos teóricos y componentes fundamentales
1.5. Tendencias actuales y desafíos del branding en la era digital y la economía de la experiencia

02 Identidad de marca: construcción, elementos constitutivos y arquitectura

2.1. Concepto y dimensiones de la identidad de marca
2.2. Elementos constitutivos de la identidad de marca
2.3. Misión, visión y valores como pilares estratégicos de la identidad corporativa
2.4. Personalidad de marca: modelos de construcción y aplicación estratégica
2.5. Arquitectura de marca: modelos, tipologías y criterios de decisión estratégica
2.6. Gestión de la coherencia e integridad de la identidad de marca a lo largo del tiempo y los puntos de contacto

Temario

03 Análisis del entorno competitivo y segmentación estratégica del mercado

3.1. Análisis del macroentorno y su influencia en las oportunidades de posicionamiento de marca
3.2. Análisis del microentorno competitivo y la dinámica sectorial
3.3. Investigación de mercado orientada al posicionamiento de marca
3.4. Comportamiento del consumidor y procesos de percepción de marca
3.5. Segmentación de mercados: criterios, métodos y aplicación a la estrategia de marca
3.6. Selección del público objetivo y estrategias de targeting alineadas con la marca
3.7. Mapas perceptuales: construcción, interpretación y aplicación al análisis del posicionamiento competitivo

Temario

04 Estrategias de posicionamiento de marca en mercados competitivos

4.1. Concepto, evolución y principios fundamentales del posicionamiento de marca
4.2. Psicología del posicionamiento: cómo opera la marca en la mente del consumidor
4.3. Tipologías y enfoques estratégicos de posicionamiento de marca
4.4. Formulación de la declaración de posicionamiento (positioning statement)
4.5. Estrategias de diferenciación como base del posicionamiento competitivo sostenible
4.6. Reposicionamiento de marca: diagnóstico, proceso y gestión del cambio estratégico
4.7. Posicionamiento de marca en entornos digitales y ecosistemas omnicanal
4.8. Posicionamiento de marca en contextos internacionales y multiculturales

Temario

05 Diseño y desarrollo estratégico de la propuesta de valor

5.1. Concepto de propuesta de valor: definición, alcance y relevancia estratégica para la marca
5.2. Relaciones entre propuesta de valor, posicionamiento de marca y modelo de negocio
5.3. El lienzo de propuesta de valor (Value Proposition Canvas) de Osterwalder
5.4. Metodologías complementarias para el diseño de propuestas de valor innovadoras
5.5. Tipologías de propuestas de valor según el sector, el cliente y el modelo de negocio
5.6. Validación y testeo de la propuesta de valor antes y después del lanzamiento
5.7. Traducción de la propuesta de valor en mensajes de marca claros y persuasivos

Temario

06 Comunicación estratégica de la marca y gestión de la experiencia del cliente

6.1. Planificación estratégica de la comunicación de marca integrada
6.2. Storytelling y narrativa de marca como herramientas de conexión emocional con el público
6.3. Marketing de contenidos orientado al refuerzo del posicionamiento de marca
6.4. Gestión de la experiencia del cliente (Customer Experience) como extensión tangible de la marca
6.5. Gestión de la reputación de marca en entornos online y offline
6.6. Comunicación interna y employer branding como palancas de refuerzo del posicionamiento

07 Medición, evaluación y gestión dinámica del posicionamiento y la propuesta de valor

7.1. Indicadores clave de rendimiento (KPIs) para la gestión integral de marca y propuesta de valor
7.2. Herramientas y metodologías de medición del posicionamiento de marca en el mercado
7.3. Cuadro de mando integral (balanced scorecard) aplicado a la gestión estratégica de marca
7.4. Gestión dinámica del posicionamiento: adaptación continua al entorno competitivo y social

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

