The Trademark Journey

Propiedad Industrial e Intelectual
aplicada a la estrategia de marketing

II EDICIÓN

PONS ESCUELA DE NEGOCIOS

Observatorio de Branding

Adelántate al futuro

The Trademark Journey prepara a los profesionales del marketing de las empresas para entender las ventajas que ofrecen los derechos de Propiedad Industrial e Intelectual así como su impacto en las estrategias de marketing de sus empresas.

El programa organizado por PONS Escuela de Negocios y el Observatorio de Branding, otorga las herramientas y conocimientos necesarios para tener en cuenta estos derechos a la hora de **crear, proteger, posicionar y poner en valor una marca,** tanto en el mundo online como offline.

El **Observatorio de Branding,** una iniciativa conjunta entre Summa Branding, la Asociación de Marketing de España (AMKT), el instituto de investigación GfK, Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) y PONS IP, tiene como misión servir como fuente de inspiración a los profesionales de marketing, ayudándoles así en su labor de transformar las marcas para que se adapten a los cambios y aporten valor. En ese sentido, PONS IP, como empresa que pertenece al Observatorio de Branding, **aporta la visión estratégica de la valorización de los activos intangibles** que más diferencia y que más valor aporta a una organización, la marca.

“¿Cómo proteger la estrategia de marketing legalmente?

¿Y asegurar la exclusividad online de la marca?”

Modalidades

STREAMING

Sigue el programa on live estés donde estés. ¡Sólo necesitas un dispositivo móvil!

Y además, podrás asistir presencialmente a la inauguración y a la clausura, si así lo deseas, sino puedes seguirlas en *streaming*.

Horario

Miércoles y viernes
09:00h a 13:00h

Dirigido a

Profesionales de marketing no especialistas en temas jurídicos.

Profesionales jurídicos no especialistas en temas de marketing.

Duración

Del 1 al 24 de marzo de 2023
40 horas

Metodología

Sesiones lectivas impartidas por **profesionales en activo con amplia trayectoria profesional,** que conjugan conocimientos teóricos, amplia experiencia profesional y probadas dotes pedagógicas.

Casos prácticos

Reflejarán escenarios reales y expondrán al alumno a situaciones de toma de decisiones y aplicación de herramientas y metodologías similares a las que se enfrentarán en el día a día.

Asesoramiento

Una vez finalizado el programa, ofrecemos varias sesiones de seguimiento para cada participante con el objetivo de asesorar en la implantación de los contenidos en sus departamentos.

Herramientas

Los asisitentes recibirán la documentación que se utilice en el curso a través de nuestra plataforma.

Nuestros objetivos

Vincular la estrategia de marketing con la protección de la marca, para optimizar los resultados.

1 | Saber cómo, cuándo y dónde **proteger** las nuevas marcas y conocer los factores legales a tener en cuenta a la hora de **crear** una marca.

2 | Obtener los conceptos y **herramientas de protección** de las marcas en internet y saber cómo aplicar las **nuevas tecnologías** para ayudarnos a proteger y poner en valor nuestras marcas.

3 | **Favorecer y defender** el posicionamiento de la marca a través de las ventajas que ofrecen los **derechos de propiedad intelectual e industrial.**

Programa

Sesión 01 | Relación entre el marketing, el *branding* y la propiedad industrial.
Presentación e introducción al curso.

La marca es uno de los activos intangibles más valioso de cualquier organización. Proteger e incrementar su valor es el reto que vamos a resolver a lo largo de este curso.

Sesión 02 | La construcción y creación de marcas sólidas.
Metodologías de trabajo desde las perspectivas del branding y de la Propiedad Industrial.

Conscientes de la influencia del branding en la generación de valor de marca desde el inicio de la creación del concepto y hasta su lanzamiento y explotación en el mercado, la propiedad industrial se presenta también en cada una de las fases de desarrollo y ciclo de vida de la marca, como un elemento fundamental de la estrategia gobal.

Sesión 03 | Consolidación y expansión internacional de marca.
Estrategias jurídicas de protección e internacionalización de una marca.

El factor clave para lograr el éxito de la comercialización de un producto o servicio es definir una estategia de IP que contemple la protección y defensa de la marca en todos los territorios en los que se desea operar, ya sean entornos físicos y/o virtuales, y durante todo el ciclo de vida de la marca.

Sesión 04 | Diseños, *trade dress* y *packaging*.
Diseño de un producto desde la perspectiva del branding y protección del diseño desde la perspectiva de la Propiedad Industrial.

El diseño, el packaging, incluso la imagen de marca compuesta por un conjunto de elementos estilo (disposición de mobiliario en tiendas, vestimenta, aroma corporativo, etc...) son, igualmente, objeto de protección adicional. Estos elementos contribuyen a aumentar el valor de la marca, lo hacen más atractivo y diferenciador, convirtiéndose incluso en el principal motivo de compra por parte del consumidor. Una correcta protección evitará daños reputacionales, pérdida de valor de marca, copias, etc...

Sesión 05 | Cómo consolidar la protección de la marca durante todo su ciclo de vida.
Estrategias de lanzamiento y posicionamiento de una marca. Qué hacer después del registro de una maca.

La correcta gestión global de una marca es lo que genera y define su valor diferencial y competitivo en el mercado. Contemplar un plan de vigilancia integral online y offline y analizar la viabilidad y establecer las bases de una estrategia de renombre, nos permiten consolidar el lanzamiento y posicionamiento de nuestros productos/servicios en el mercado de forma segura, al mismo tiempo que incrementamos el potencial del mercado.

Sesión 06 | La marca renombrada.
Qué es una marca renombrada y el renombre, reputación, propósito y rol social de las marcas.

Un buen branding ayuda a competir, genera cuota de mercado y fideliza el talento, aumenta las posibilidades de expansión internacional e incrementa el valor de la empresa. Además de alcanzar estos objetivos, conseguiremos tangibilizar este reconocimiento otorgándole carácter de marca renombrada, estaremos ampliando también nuestros derechos de exclusividad. Conseguir este reconocimiento requiere de una estrategia a medida que incluya la actividad que generan las áreas de marketing y branding. Una vez más, marketing y propiedad industrial de la mano, para aumentar el valor de nuestras marcas.

Sesión 07 | La gestión del *rebranding*.
Metodologías de trabajo desde la perspectiva del branding y de la Propiedad Industrial.

La modificación parcial o total de una marca en respuesta a un cambio de posicionamiento, internacionalización o acercamiento a nuevos mercados implica el desarrollo de una nueva estrategia de marketing que, de la misma manera, tendrá repercusión en la estrategia jurídica de la marca para proteger los cambios implementados.

Sesión 08 | Valoración y defensa de nuestras marcas.
Medición, evaluación y métodos de valoración de una marca.

Conocer el impacto y valor real de la marca es un factor clave en la toma de decisiones durante procesos de negociación, fusión, adquisición y búsqueda de inversión. La metodología y métricas aplicadas para la valoración de marcas debe contemplar todos los factores críticos inductores de valor y, entre ellos, la propiedad industrial, resulta de gran relevancia.

Sesión 09 | Nuestras marcas en el mundo digital.
Retos y oportunidades del entorno digital. Perspectiva, recomendaciones y datos.

En un entorno tecnológico en constante evolución, las organizaciones encuentran en internet uno de los mejores canales para visibilizar su marca. Sin embargo, el mundo online puede suponer también ua importante amenaza para estos valiosos activos en términos de falsificación, piratería y fraude por suplantación o cybersquatting. Preservar las marcas de infracciones y usos indebidos de marca online es posible gracias a la aplicación de soluciones tecnológicas y la Propiedad Industrial. Por otro lado, el inminente desarrollo y avance de universos virtuales (web 3 y metaverso) abren un nuevo canal de oportunidades para las marcas, en el que adaptar nuestras estrategias tradicionales de protección de marca resulta imprescindible para operar en estos entornos y maximizar su potencial con total seguridad.

Sesión 10 | Ponencia final y conclusiones.

El viaje de la marca

Cualquier organización busca conseguir favorecer la **diferenciación y la exclusividad** de su marca tratando de dar seguridad y confianza a sus clientes, pero para alcanzar estos objetivos es primordial **proteger y defender la marca** en todos los territorios en los que deseamos que nuestra marca opere. El objetivo es crear una **estrategía global de marca,** gestionar y **ligar el branding y la propiedad industrial.**

Branding

Propiedad Industrial

START

Creación de concepto
Atributos
Naming

Auditoría de cartera de marcas
Estudio de viabilidad e identificación de marcas iguales o parecidas
Gestión del domino
Diagnóstico de marca

Construcción y creación de marcas sólidas

Creación de identidad visual
Sonora
Verbal
Actitudinal
Sensorial

Apoyo, búsqueda y comprobación de identidad
Aspectos en torno al diseño (logotipo, imágenes, colores, etc.)

Consolidación y expansión internacional de marca

Lanzamiento
Posicionamiento
Evolutivo

Vigilancia integral de la marca
Diseño e implementación de estrategias de renombre e internacionalización
Tecnología aplicada a la consolidación de marca
Estrategia de defensa en caso de infracción

FINISH

OBJETIVO:
ESTRATEGIA GLOBAL DE MARCA

Reserva ya tu plaza

Matrícula

Matrícula: 800€
Asistentes al Observatorio de Branding: 700€

100% Bonificable ante FUNDAE

¡Solicita más información o inscríbete ya!

PONS Escuela de Negocios
Glorieta de Rubén Darío, 4
28010 Madrid
+34 91 700 76 45
escueladenegocios@pons.es

#SOMOSPONS

PONS ESCUELA DE NEGOCIOS