



Programa Directivo

Dirección Estratégica de Marca y Comunicación Corporativa

24 de julio 2026 | Online

4 semanas / 20 horas

ACERCA DE ESCUELA DE MERCADOTECNIA

Escuela de Mercadotecnia, es la institución indicada si buscas un crecimiento profesional que destaque en el mundo laboral y de emprendimiento. Somos los pioneros en capacitaciones, diplomados y programas directivos en México.

Tenemos más de 15 años formando líderes y pertenecemos a una de las empresas más grandes de marketing de Hispanoamérica.

Al integrarte a EDEM nos interesa que te sientas en un espacio libre para mostrar tus competencias, innovación y creatividad.



**7 DE CADA 10 CMOS
CONSIDERAN QUE LA
REPUTACIÓN DE
MARCA INFLUYE
DIRECTAMENTE EN LOS
RESULTADOS
COMERCIALES
(DELOITTE, 2023)**

Este programa está diseñado para líderes que toman decisiones sobre la reputación, narrativa y presencia de una marca. Aporta una visión directiva y actualizada sobre cómo posicionar estratégicamente una marca, comunicar su propósito y gestionar la percepción interna y externa en un entorno cambiante, digital y exigente.

Aquí no se enseña a diseñar logotipos o escribir slogans. Se aprende a liderar una marca desde el negocio: identidad, coherencia, vocería, storytelling, reputación, cultura y posicionamiento.



PERFIL DEL PARTICIPANTE

- CMOs, gerentes y líderes de marketing o comunicación
- Fundadores, CEOs y directores que gestionan la reputación de su marca
- Equipos de branding, PR, cultura interna o comunicación corporativa
- Consultores que asesoran a empresas en estrategia de marca y posicionamiento

OBTÉN CERTIFICADO CON VALOR CURRICULAR

Al finalizar el programa recibirás un reconocimiento por tus conocimientos con un certificado de finalización por Escuela de Mercadotecnia, una de las escuelas especializadas líderes en Latinoamérica con más de 10,000 profesionales entrenados en marketing.





OBJETIVOS DEL CURSO:

1

Formar líderes con visión estratégica de marca, capaces de alinear la identidad y comunicación corporativa con los objetivos del negocio.

2

Diseñar narrativas de marca sólidas y coherentes, que conecten con las audiencias clave y fortalezcan la reputación institucional.

3

Tomar decisiones informadas sobre posicionamiento, diferenciación y arquitectura de marca en mercados competitivos y en constante evolución.

4

Asegurar la coherencia del mensaje en todos los puntos de contacto, integrando canales tradicionales y digitales con enfoque multistakeholder.

5

Desarrollar estrategias de comunicación corporativa efectivas, que generen valor, construyan confianza y respondan a los retos reputacionales del entorno actual.

TEMARIO

Diseñado para ofrecer una ruta clara, estratégica y accionable sobre cómo liderar una marca desde una visión directiva. Cada tema aborda áreas esenciales como posicionamiento, narrativa, reputación y cultura organizacional, enfocándose en tácticas actuales que fortalecen el liderazgo de marca y su impacto real en el negocio.

- 1 ¿Qué hace fuerte a una marca en 2026?**
- 2 Propósito, valores y personalidad: dirección estratégica**
- 3 Posicionamiento vs. percepción**
- 4 Construcción de narrativa**
- 5 Storytelling estratégico**
- 6 Aplicación del mensaje clave en canales clave**
- 7 Cultura como parte del posicionamiento externo**
- 8 Comunicación interna con sentido estratégico**
- 9 Reputación digital y protocolo de crisis**
- 10 Auditoría rápida de narrativa y percepción**
- 11 Acciones estratégicas a corto y mediano plazo**

Pueden surgir cambios en el programa incentivados por la actualización y mejora de los mismos.



CONOCE A TU MENTOR



Rubén Moreno

Head de Comunicación, Asuntos
Corporativos y Sustentabilidad
LATAM en The Magnum Ice
Cream Company



Rubén cuenta con 20 años de experiencia en comunicación corporativa, asuntos públicos y construcción de reputación.

Actualmente es Head de Comunicación, Asuntos Corporativos y Sustentabilidad para Latinoamérica en The Magnum Ice Cream Company, donde lidera la narrativa y reputación de algunas de las marcas de helados más reconocidas del mundo. Previamente formó parte de Unilever y de agencias como Porter Novelli y Zimat, trabajando para marcas globales de diversos sectores. Su trayectoria se complementa con formación en liderazgo, comunicación estratégica y manejo de crisis, convencido de que las marcas sólidas se construyen a partir de la coherencia.

..

Pueden surgir cambios en el programa incentivados por la actualización y mejora de los mismos.



EL CURSO SE IMPARTIRÁ LOS DÍAS VIERNES

24 Y 31 JULIO, 7 Y 14 AGOSTO 2026
DE 9:00 AM - 2:00 PM



GRUPOS

PRECIO ESPECIAL PARA GRUPOS

\$5,500

PESOS MEXICANOS

- Precios + IVA
- Hasta 12 meses sin intereses con PAYPAL
- **Para 3 personas ó más**



PRECIO PROMOCIONAL

\$6,500

PESOS MEXICANOS

- Precios + IVA
- Hasta 12 meses sin intereses con PAYPAL
- **Valido hasta el 16 de Julio 2026**



PRECIO REGULAR

\$9,000

PESOS MEXICANOS

- Precios + IVA
- Hasta 12 meses sin intereses con PayPal

ADMISIONES

TELÉFONOS: 55 3011 6618
www.escuelademercadotecnia.org