



VIRTUAL

¿Por qué estudiar en la CUN?

La marca es el medio a través del cual una empresa se da a conocer a nivel nacional e internacional, la institución a través de su especialización en Gerencia de la marca propone a los profesionales un modelo innovador que le permite desarrollar propuestas de impacto que sean pertinentes a las realidades que viven las empresas, las marcas, sus productos y servicios, con el fin de dar respuesta a las necesidades de competitividad, permanencia y expansión en el mercado global. La CUN en aras de ofrecer educación de calidad y pensando siempre en la facilidad y accesibilidad de sus estudiantes y aspirantes es la única institución a nivel nacional en ofertar esta especialización en Modalidad virtual.

Especialización en Gerencia de la Marca

Resolución 011893 del 14 de noviembre de 2019 SNIES 108460
Registro calificado con vigencia de 7 años..

Perfil del egresado

El especialista en Gerencia de la Marca de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), es una persona con alto sentido humanístico que se ha formado integralmente para gerenciar, administrar, construir y gestionar marcas, a partir de un pensamiento analítico, creativo y estratégico que le permite desarrollar propuestas innovadoras y pertinentes a las realidades que viven las empresas, las marcas, sus productos y servicios; dando así respuesta a las necesidades de competitividad, permanencia y expansión en mercados cada vez más globales y competitivos.

Requisitos

Cédula de ciudadanía. Título de pregrado de una institución registrada ante el Ministerio de Educación Nacional o título convalidado frente al MEN si se realizó en otro país.

Condiciones de conectividad

Conexión a Internet (mínimo 512 Kb), dispositivos electrónicos (PC, portátil, tablet), software (navegador de Internet, paquete ofimático, lector PDF, compresor de archivos, Java).

Oportunidad Laboral:

El egresado de Especialización en Gerencia de la Marca de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), estará en capacidad de desempeñarse en empresas de bienes y/o servicios, pública

o privada, o en su propia empresa o privadas como:

- Gerente de marca: Profesional responsable de la administración, construcción y manejo estratégico de las marcas.
- Analista de marca: Generador de acciones estratégicas enfocadas en construir el valor de las marcas a partir de la evaluación de la información.
- Planner de marca: Desarrolla planes estratégicos de marca a partir de la investigación, el análisis, la comparación y la proyección de la marca a sus públicos objetivos.
- Brand manager (agencia): Analista de medios y de audiencias para generar recomendación, compra y pauta publicitaria.

Malla curricular

Ciclo		Especialización en Gerencia de la Marca				TOTAL		
		26						
Componentes	Áreas	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	ÁREA	Componente	Componente (%)
DISCIPLINAR	MERCADEO	DIAGNÓSTICO DE MARCA TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	CONCEPTUALIZACIÓN DE MARCA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	ESTRATEGIA DE MARCA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		13	17	65.4%
	PUBLICIDAD	MEZCLA DE MERCADEO TEÓRICA 32 64 2	FINANZAS DE MARCA TEÓRICA 32 64 2	LEGISLACIÓN DE MARCA TEÓRICA 32 64 2	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE MARCA TEÓRICA 32 64 2			
ELECTIVA FLEXIBLE	PROFUNDIZACIÓN			ELECTIVA PROFUNDIZACIÓN TEÓRICA 32 64 2		2	2	7.7%
TRANSVERSAL- INSTITUCIONAL	EMPRENDIMIENTO	CÁTEDRA DE PENSAMIENTO CUNISTA 1 TEÓRICA 16 32 1				1		
	HUMANIDADES		HABILIDADES GERENCIALES TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2			2	7	26.9%
	INVESTIGACIÓN		SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO DE MARCA I TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO DE MARCA II* Opción de Grado TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	4		
TOTAL		H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 96 192 6	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 128 256 8	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 96 192 6	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 96 192 6	TOTAL CRÉDITOS ACADÉMICOS 26		

TIPOLOGÍA DE ASIGNATURAS	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	TOTAL
TEÓRICA	2	1	2	1	6
TEÓRICA-PRÁCTICA	1	3	1	2	7
PRÁCTICA	0	0	0	0	0

*Requisito de grado. El periodo de su oferta es discreción de la dirección del programa.
 **Estos seminarios tienen una duración el doble de las asignaturas normales, el objetivo de estos seminarios es la realización del trabajo de grado.
 ***Esta electiva está sujeta a disponibilidad de ofertas.