



CURSO:

Branding Estratégico para la Internacionalización de Emprendimientos

Diseña una marca con impacto global, auténtica y culturalmente conectada.



Duración: 25 horas.

Días y horarios:

Del 12 de septiembre al 10 de octubre de 2025.

Viernes de 19.00 a 21.00 Hs.

Localización: Modalidad Virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$100.000.- o 2 cuotas de: \$72.000.-

Socios Club La Nacion / Clarín 365:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$90.000.- o 2 cuotas de: \$60.000.-

Comunidad UAI:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$70.000.- o 2 cuotas de: \$54.000.-

Extranjeros no residentes en Argentina*:

Matrícula: USD 30.-

Contado: USD 100.- o 2 cuotas de USD 72.-

(*) Los aranceles de la actividad comprenden únicamente los conceptos de matrícula y cuota. Todo impuesto, tasa o contribución asociada a los pagos en dólares estadounidenses que pudiera ser aplicada por el país de origen, así como cualquier otra suma que se adicione en virtud de las tarifas vigentes en la entidad bancaria al momento de realizar la transacción, queda a exclusivo cargo del alumno.

Dirigido a:

- Emprendedores con proyectos en marcha o en fase de diseño.
- Profesionales independientes que deseen posicionar su marca personal.
- Estudiantes y egresados con interés en innovación, marketing o negocios internacionales.
- Participantes de programas de incubación, economía social o desarrollo productivo.
- Equipos de pymes que busquen herramientas para internacionalización.

Objetivos:

- Comprender los fundamentos del branding en contextos internacionales.
- Diseñar componentes clave de una identidad de marca global: nombre, slogan, tono, imagen.
- Aplicar estrategias de comunicación intercultural y storytelling adaptado.
- Identificar barreras culturales, simbólicas o idiomáticas al internacionalizar la marca.
- Diseñar una propuesta de valor clara y coherente con segmentos globales.
- Aprender de experiencias reales de marcas latinoamericanas en expansión.

Beneficios del curso:

- Enfoque práctico e integrador: identidad, posicionamiento y proyección.
- Aplicación directa a proyectos reales.
- Tutorías para consultas personalizadas.
- Certificación universitaria.
- Acceso a recursos actualizados sobre branding, comercio exterior y financiamiento emprendedor.

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de:

- Construir una identidad de marca con coherencia global y sensibilidad cultural.
- Adaptar su propuesta de valor a distintos mercados y audiencias.
- Comunicar su marca con efectividad en entornos multiculturales y multicanal.
- Elaborar una narrativa de marca auténtica y emocionalmente potente.
- Identificar y sortear barreras idiomáticas y simbólicas en la expansión.
- Evaluar ejemplos reales para ajustar su propia estrategia de branding internacional.

Fundamentación:

En la era de la globalización digital, **el branding ya no es local: es multicultural**. Las marcas que buscan cruzar fronteras deben construir una identidad sólida y adaptable, que respete las diversidades culturales sin perder coherencia ni autenticidad. Este curso ofrece herramientas para **diseñar y comunicar marcas preparadas para competir en mercados internacionales**, gestionando su narrativa, imagen y propuesta de valor con visión estratégica.

A partir de un enfoque práctico y contextualizado, se abordan los componentes del branding global, el storytelling intercultural, la comunicación visual y verbal adaptada, y los desafíos comunes de la expansión internacional, con ejemplos reales de marcas latinoamericanas que lo han logrado (y otras que han fallado). El objetivo es que cada participante pueda avanzar en el diseño de **una marca globalmente viable, emocionalmente potente y comercialmente competitiva**.

Contenidos:

Branding estratégico para la internacionalización

Componentes del branding global: nombre, slogan, identidad visual y verbal.

Adaptación cultural de la marca: respeto, relevancia y autenticidad.

Gestión multicanal: coherencia entre canales on y offline.

Storytelling y comunicación intercultural

Storytelling como herramienta emocional y comercial.

Construcción del propósito de marca para mercados diversos.

Comunicación visual y verbal para públicos multiculturales.

Barreras idiomáticas, simbólicas y culturales: cómo sortearlas.

Propuesta de valor para mercados internacionales

Diseño de una propuesta de valor clara, única y adaptable.

Segmentación y targeting internacional: buyer persona global.

Mapeo del customer journey (viaje del cliente) en contextos regionales.

Casos de estudio

Marcas latinoamericanas que lograron reconocimiento internacional.

Análisis de campañas exitosas adaptadas a diferentes culturas.

Aprendizajes de fracasos en expansión internacional de marcas.

Duración:

25 horas totales (5 horas semanales entre el encuentro sincrónico y el apoyo asincrónico en plataforma).

1 lectura o video (60 min).

1 actividad o foro (60 min).

1 tarea, resumen o cuestionario (60 min).

Calendario de encuentros:

12/09

19/09

26/09

03/10

10/10

Director:

Lic. Ariel Santangelo.

Lic. En publicidad (unlz) - Posgrado en sociología y economía (uba) - diplomatura académica en docencia universitaria - director ejecutivo enoc -gestión educativa - docente investigador universitario (uai - udemm).