

**IN521 SEMINARIO DE INGENIERIA INDUSTRIAL:**  
**GESTION DE MARCA**

REQUISITOS	:	IN58A
CHARACTER	:	Electivo para la Carrera de Ingeniería Civil Industrial
PROFESOR	:	GASTON SUAREZ CROTHERS
SEMESTRE	:	OTOÑO 2007

**Objetivo:**

Que los alumnos aprendan a pensar acerca de qué es y cómo se gestiona una marca y qué son los consumidores.

**Evaluación:**

CTP sobre lecturas y exposiciones	70%
Participación en Clases	20%
Asistencia	10%

Para aprobar se requiere asistir a lo menos al 75% de las clases.

Para el promedio de notas de CTP se considerará el 75% de los CTP (si no se da un CTP se asume nota 1.0)

**Metodología:**

Clases expositivas del profesor y de invitados  
Lectura Personal que será aplicada  
Discusión en clases (tratándose de marcas, las cosas no son de una sola manera)

**Programa Tentativo de Clases:**

**Fecha****Invitado**

07/3 Levantamiento de expectativas y explicación del curso	Gastón
14/3 Modelo de Gestión de Capital de Marca de Aacker (1)	Gastón
21/3 Otros Modelos de Marca: BAV (1)	Alschwager
28/3 Cómo piensan los consumidores	Gastón
04/4 Otros Modelos de Marca: BAV (2)	Alschwager
11/4 Caso 1:	
18/4 Divergencia v/s Convergencia	Gastón
25/4 Creatividad y diseño	
02/5 Caso 2:	
09/5 Caso 3:	
16/5 publicidad y marcas	
23/5 Vacaciones	
30/6 Marcas y Estilos de Vida	
06/6 Caso 4:	
13/6 Las Marcas y los valores	
20/6 cierre	

**Bibliografía:**

Aacker David, 1995, Building Strong Brands y Brand Leadership (2.000)  
Ries Al, 2004, The Origin of Brands  
Zaltman Gerald, 2004, Cómo piensan los consumidores  
Ries & Trout, 1976, Posit