

TALLER AIL: LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA COMO FACTOR CLAVE EN EL DESARROLLO Y MEJORA DE LA IMAGEN DE NUESTROS MUNICIPIOS

KODEA

INFORMAZIO OROKORRA

DATAK	Ekainak 4, 5 eta 6	IKASGELA/ TOKIA	Donostia. IVAPeko egoitza (San Bartolome kalea, 28)
IRAUPENA	15 ordu	ORDUTEGIA	09:00-14:00
MATRIKULA EPEA	Maiatzak 9	ONIRITZI EPEA	--
IKASLE KOPURUA	20 pertsona	HARTZAILEAK	Kudeatzaileak, Antolakuntzako, Komunikazioko arduradunak
HAUTATZE IRIZPIDEAK	--	LEHENTASUNA	Altua
IRAKASLEA	AZK. Daniel Miguélez eta Edorta Azaola	MATERIALA	Ikastaroari dagokion materiala eskuragarri egongo da
DISEINUA	EUDEL-FORUAK-IVAP	AZPIEGITURA	Ordenagailu eramangarria, papelografoa, interneterako konexioa

ZER LORTU NAHI DA

HELBURU OROKORRAK	Sentsibilitatea sortzea udalerraren posizioa sendotzeko eta zerbitzu publikoen marka bat zehazteko oinarriak ezarriko dituen proiektu bati buruz. Proiektu hori, beste alde batetik, bat etorriko da posizio horrekin eta udalak herritarrekiko harreman hurbil-hurbilaren esparruan aurrera egitean bete behar duen zereginarekin.
HELBURU ZEHATZAK	<ul style="list-style-type: none"> Hiriari zein herritarrei begira egiten den komunikazioaren arloaren gaur egungo ikusmoldea eskaintzea. Marka bat zer den eta marka horren atzean zer dagoen azaltzea. Hiri-markak kudeatzearen garrantziaren eta beharizanaren zergatia zehaztea. Hiri-marka modu eraginkorrean kudeatzeko jarraibide eta tresnak eskaintzea.
GAITASUNAK	<p>Trebakuntza-jarduera amaitzean ikasleek gaitasun hauek izango dituzte:</p> <ul style="list-style-type: none"> Erakundeari eta bere inguruneari buruzko mapa kontzeptualak egitea. Irudiaren adierazleak definitu eta kudeatzea. Markaren benerako egoeraren mapa antzematea: adabegiak Marka pertsonalizatzea, arketipoen teoriaraino oinarrituta Markaren eraikuntza eta aktibazioa eskematizatzea. Markaren balio- eta norabide-mapa diseinatzea

PROGRAMA ETA EBALUAKETA

METODOLOGIA	Hainbat gako eta adibide erakutsiko dira hiri-markaren balioa komunikazioaren ikuspuntutik ulertzeko, eta gainera, identitate bakar eta diferentea taxutzeko, metodologia praktikoa eragingarri baten laguntzaz. Hainbat gako eta adibide erakutsiko da markaren balioa erakundeari eta bere inguruneari buruzko mapa kontzeptualen garapenaren ikuspuntutik ulertzeko.
PROGRAMA	<p>1.- ERAKUNDEAK ETA GIZARTEA</p> <ul style="list-style-type: none"> Publizitatea, Komunikazioa, marketina Marketin tradizionalaren 4 arauetatik online marketinaren arauetara

PRESTAKUNTZA ARLOA:	MODERNIZAZIOA/ BERRIKUNTZA
MODALITATEA:	AURREZ AURRE
HIZKUNTZA:	GAZTELANIA

TALLER AIL: LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA COMO FACTOR CLAVE EN EL DESARROLLO Y MEJORA DE LA IMAGEN DE NUESTROS MUNICIPIOS

- Produktu edo zerbitzuaren komertzializaziotik produktu edo zerbitzua komunikatzeko beharizanera
- Globalizazioa, Integrazioa, Segmentazioa, Pertsonalizazioa
- Hiriaren Marka/ Branding-a
- Hiri-marka identifikatu/bereiztea eta markaren erakargarritasuna

2.- BRANDING 3.0 / ESTRATEGIA

- Marka-identitatea 1.0
- Marka-identitate edo branding 2.0 - Branding 3.0
- Marken pertsonalitatea: arketipoak. Ondo kudeatutako marka-pertsonalitatetik esperientzia gogoangarri batera
- Inpaktu-adierazleak (Negozioa) Vs Irudi-adierazleak (Marka)
- Nabaritasuna, Irudia eta Posizionamendua
- Branding prozesuaren gakoak
- Identitate Kontzeptuala, Identitate Pertzeptuala, Harreman-guneak.

EBALUAKETA

- Ebaluazioaren helburua: Ikastaroaren helburu orokorrak eta bereziak bete direla bermatzea.
- Ebaluazioak hauek hartuko ditu:
 - AMIA
 - Marka-asoziazioaren adabegiaren mapa
 - Markaren balioaren mapa
 - Markaren Pertsonalitatea

Ebaluazioa GAI edo EZ GAI izango da. Lana entregatzeko, ikasleak astebete izango du aurrez aurreko saioak amaitzen direnetik.

IKASTAROAREN BALORAZIOA

- Ikasleen gogobetetze inkesta
- Irakaslearen balorazioa inkesta

Bete beharreko baldintzak:

ZIURTAGIRIA: APROBETXAMENDUA

- %80ko bertaratzea
- Aprobetxamendu proba gainditzea

PREZIOA

132€ Agindua, 2007ko uztailaren 18koa, Ogasun eta Herri Administrazioaren sailburuarena, Herri Arduralaritzaren Euskal Erakundeko zerbitzuek betetzen dituzten jardueren prezio publikoak finkatzen dutena. (EHAA – 2007ko irailaren 5ekoa; 171zk.)