



## UNA ESCUELA PARA LA VIDA REAL.

Apasionante, absorbente, fascinante y, por supuesto, excitante. Así es el mundo de la Estrategia e Innovación. Y así es **The Atomic Garden. Un concepto de escuela diferente.** Un espacio multidisciplinar donde los alumnos aprenden trabajando, de la misma forma que aprendimos nosotros. Las ganas, el esfuerzo y el trabajo son la base de nuestro método.

Para nosotros, **el Brand Manager es una de las figuras fundamentales de esta profesión. Y se puede aprender.**

### LA ESCUELA:

The Atomic Garden cuenta con **más de 700 m2 de instalaciones a disposición de los alumnos:** 4 aulas totalmente equipadas, sala de reuniones, sala de tutorías, espacios para trabajar, cantina (porque los alumnos también tienen que comer), sala de ordenadores equipada con Mac, sala plató, estudio de locución y una zona común para compartir con hasta 100 personas.

### FILOSOFÍA ATÓMICA:

#### 1. Como en La Vida Real.

En The Atomic Garden **todo empieza con un brief, como en la vida real, y termina con un OK por parte del cliente.** Y si no, no termina, como en la vida real. Esta es la base de nuestro método, aprender trabajando.

#### 2. El Manager Atómico.

Para entrar en uno de los mejores anunciantes de este país necesitas estar preparado para **la gestión estratégica y creativa de las marcas, para aportarles valor de mercado,** entenderte con los ejecutivos de cuentas, con la central de medios...En definitiva, debes estar preparado para todo. Ese es principal objetivo de nuestro curso.

#### 3. Programa.

En The Atomic Garden contamos con la colaboración de algunos de los mejores Brand Managers y Dir. de Servicios al Cliente en activo de este país, que nos ayudan a desarrollar y evolucionar nuestro programa para **estar adaptados a las exigencias de las marcas y del mercado.**

#### 4. Más Que Profesores.

El rol de nuestros profesores es diferente a lo que estás acostumbrado. Son jefes, son "el cliente", son tutores, son padres (metafóricamente hablando, claro), **son inspiradores y, sobre todo, son unos profesionales excepcionales.** En definitiva, son mucho más que profesores. Ya lo verás.

#### 5. Trabajo Final.

En las últimas semanas del curso, los alumnos realizan un trabajo real para un cliente real, interactuando con los compañeros de los cursos de Creatividad y Planificación Estratégica. **Reuniones de trabajo, discusiones, trabajo en equipo, fechas de entrega y presentación al cliente.** Ya te lo hemos dicho, como en la vida real.

#### 6. Entrevistas Reales.

Cuando termina el curso, empieza lo bueno. **Si has superado el curso con éxito, te ayudaremos a realizar una ronda de entrevistas** con algunos de los mejores Dir. de Marketing de este país. Así que pórtate bien, porque pueden ser tu próximo jefe o jefa.

#### 7. En Inglés, please.

¿Has visto? Hasta el nombre del curso es en inglés. Esto te dará una pista de lo importante que es para nosotros. Cada bloque de nuestro programa está **desarrollado para que pienses en inglés, hables en inglés y trabajes en inglés.** Así que empieza a ver series en VO, que esto va en serio.

#### 8. Prácticas.

En The Atomic Garden hemos llegado a **un acuerdo de colaboración con algunos de los mejores anunciantes de este país,** para que puedas realizar tus prácticas. Y así poner en "práctica" todo lo has aprendido durante el curso. Lógico, ¿no?

#### 9. Familia Atómica.

Cuando te apuntas a uno de nuestros cursos ya formas parte de nuestra familia. Y a la familia nunca se le abandona. **Podrás contar con nosotros durante el curso, durante tus prácticas** y durante la próxima década si lo necesitas. We are family, get up everybody and sing.

## **PROGRAMA:**

### **MÓDULO 1: LA EMPRESA**

- Tipología de empresas (tipos y metodología de trabajo)
- Estructura: departamentos y organización
- Valores, visión, misión
- Plan estratégico
- Transformación de las empresas en épocas de crisis
- Decisiones estratégicas de empresa: Caso Kodak, IBM

### **MÓDULO 2: PRODUCTOS /SERVICIOS**

- Innovación/Fases de desarrollo de un nuevo producto
- La importancia de la investigación en Marketing
- La diferenciación de producto
- La experiencia de producto
- Renovarse o morir
- La política de precios
- Las Marcas blancas
- Consumidor y comprador

### **MÓDULO 3: CLIENTES Y CONSUMIDORES**

- Tipología de cliente
- Estrategias de captación, fidelización y retención
- Canales de comunicación con el cliente
- Ciclo de vida del cliente
- Estrategias de captación cliente online
- Ciclo de compra y consumo del cliente
- CRM y bases de datos

### **MÓDULO 4: DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS**

- La distribución del producto: puntos de venta
- Acciones de incentivos
- Acciones de marketing en puntos de venta

## **MÓDULO 5: COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA**

- Relaciones institucionales
- Relaciones con los medios
- Los accionistas
- El empleado como cliente interno

## **MÓDULO 6: MARKETING**

- Tipologías de departamentos de marketing
- Plan de marketing
- Neuromarketing
- La importancia del seguimiento de la marca

## **MÓDULO 7: LA MARCA**

- Identidad corporativa
- Diferencias entre marca & producto
- Posicionamiento de marca: mapping competencia
- Características de la marca: esencia, valores y atributos
- Personalidad de la marca: identidad y estilo visual
- Marca comercial & corporativa
- Manual de identidad corporativa
- Protección jurídica de la marca
- El valor la marca

## **MÓDULO 8: PUBLICIDAD**

- Proceso de una campaña de publicidad
- Casos de marcas de éxito y grandes campañas
- Posicionamiento de marca: mapping competencia
- La elección de la agencia: concursos
- ¿Qué le pide un anunciante a un ejecutivo de cuentas?
- La elaboración del briefing: del brief a la idea
- Toma de decisiones/aprobaciones
- Briefing de medios y relación con la Central de Medios
- Proceso de planificación y compra de medios y análisis de resultados
- Uso de medios convencionales y Acciones Especiales (en medios convencionales)
- Negociaciones con los medios: el caso de las TV's
- El papel de los auditores externos
- Uso de los personalities

- Campañas de notoriedad de marca & campañas de venta
- Bartering
- Acciones de publicidad con bajos presupuestos
- Presupuestos
- Marcas que no hacen publicidad

## **MÓDULO 9: CREATIVIDAD**

- Creatividad
- Dirección de arte
- Medios clásicos
- Nuevos medios
- Criterio creativo

## **MÓDULO 10: MARKETING DIGITAL**

- SEO/SEM, Inbound marketing
- Display
- Email marketing
- Redes Sociales

## **MÓDULO 11: PATROCINIO**

- Diferencias entre patrocinio, mecenazgo y sponsoring
- Estrategia de patrocinio: ventajas y desventajas
- Patrocinio y medios de comunicación
- Eficacia y beneficio social del patrocinio
- Patrocinio deportivo

## **MÓDULO 12: OTRAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN**

- Ferias y exposiciones
- Acciones comerciales y merchandising
- Eventos
- Mecenazgo
- Sampling como herramienta

## **MÓDULO 13: INVESTIGACIÓN Y MEDICIÓN**

- Introducción a la investigación de mercado
- Tipología de estudios: aplicaciones y modelos
- Técnicas de investigación cualitativas
- Técnicas de investigación cuantitativas
- Nuevas técnicas de investigación: Big Data y neuromarketing

- La investigación de mercado para un Brand Manager
- No nos confundamos: pre-test publicitario
- ¿Hemos dado en la diana?
- No vivir a espaldas de la realidad: tracking de marca
- 360° Brand Health Audit
- Otros modelos para la gestión de marca: test de identidad visual corporativa (claim-naming)

## **MÓDULO 14: COACH PERSONAL**

- Comunicación no verbal
- Gestión de equipos
- Presentaciones eficaces
- Hablar en público
- Marca Personal

# PROFESORES

## DIRECTORA DEL CURSO

### JEFES DE ESTUDIO

Ainhoa Ginestal  
Directora Publicidad  
*Caser Seguros*

### DAVID FANEGO

Marketing Digital Caser Seguros

### DAVID MARTÍNEZ

Patrocinios Liberty Seguros y Caser Seguros

### MARÍA GARNICA

Marketing Manager Weleda AG

### ALFONSO MARTÍNEZ

Director de Comunicación  
en Diario ABC

### JUAN DE DIOS

Socio Fundador en Ikerfeld

### OSCAR GONZÁLEZ

Ex-Director Comercial Grupo  
Publiespaña

### CARLOS HERNÁNDEZ

Head of Industry Branding of Google

### MARCOS PALOMARES

Dir. de Cuentas en WINK

### MARIANO CASARES

Dir. de Comunicación en Bankia

### PALOMA AGUADO

Ex-Brands, Innovation & Strategy  
Marketing Manager en Schweppes  
Suntory España.

### RAFA FORTIS

Director Creativo  
Kitchen

### PABLO FARRÉS

*The Atomic Garden / Freelance*

### LORENA MARTÍ

*Identidad Corporativa*

### NATALIA MIRAPEIX

Directora de arte  
*Ene13*



## PRECIO:

Precio de Matrícula: 500€

Precio del Curso: 3.200€

## FINANCIACIÓN:

Puedes financiar el pago del curso en 4 meses sin intereses. Cada cuota será de 800€ comenzando a pagar la primera cuota el mes de inicio del curso.

## MATRICULACIÓN:

Si quieres matricularte, **escríbenos y te enviaremos el formulario de matrícula.**

## DURACIÓN Y HORARIOS DEL CURSO:

La duración total del curso son 4 meses; un total de 375 horas lectivas.

Convocatorias: **ENERO**

Horario de clases\*:

De lunes a viernes de 19:00 a 22:00.

Horario de la Escuela para Trabajo Individual:

De lunes a viernes de 10:00 a 22:00.

\*Las clases están sujetas a cambios de horario ya que los profesores son profesionales en activo.

## CONDICIONES DE PAGO:

El pago puede hacerse mediante transferencia bancaria o en efectivo.

Nuestro número de cuenta es:

ING Direct: ES36 1465 0100 93 1900046827

Titular: The Atomic Garden S.L.

Para poder disfrutar de los descuentos de la escuela The Atomic Garden el pago de los cursos deberá abonarse dentro de las fechas indicadas para ello.

El pago fraccionado se abonará entre los días 1 y 7 de cada mes. Una vez realizada la matrícula el alumno se compromete al abono total del curso en las fechas previstas con independencia de su asistencia al mismo.

La participación en nuestros cursos será posible cuando hayas formalizado la matrícula y tras haber realizado el pago de las tasas del curso. La normativa de

la escuela impide asistir a los cursos antes de haber formalizado la matrícula. Además, las reservas de plaza, solo son posibles al formalizarse la inscripción y el pago del curso correspondiente. Los alumnos de la escuela se beneficiarán gratuitamente de los servicios habituales de la biblioteca, ordenadores Mac y de todos los elementos educativos de la escuela.

### **DEVOLUCIONES Y CANCELACIÓN:**

Una vez abonada la cantidad de la matrícula del curso no se devolverá el importe de la misma, por lo que **te rogamos leas con detenimiento nuestras condiciones de matriculación antes de formalizarla.**

The Atomic Garden S.L. se reserva el derecho a cancelar el curso que no haya alcanzado el número mínimo de alumnos para poder realizarlo.

Si quieres empezar en una de las profesiones más apasionantes que hay:  
**bienvenido a The Atomic Garden.**

## ¿Tienes dudas?

Llámanos, escríbenos, ven a vernos. Pide tu cita para una entrevista personal.

**Te esperamos.**



MADRID

[preguntame@escuelatag.com](mailto:preguntame@escuelatag.com)

(+34) 91 522 23 67

(+34) 91 864 31 79

c/ Ramón de Aguinaga, 18 local, 28028 Madrid

[www.escuelatag.com](http://www.escuelatag.com)



@escuelatag



@theatomicgardenmadrid