

Gestión de Marcas en la Era Digital

MSc. Ingrid Lissette Suescun Valero¹

Resumen

El mundo *on-line* exige la aplicación de estrategias de gestión de marca que permitan identificarnos, distinguírnos y comunicar lo que realmente somos, y que además en la inmediatez de este mundo globalizado logren conectar con el usuario. He ahí la importancia del ADN de la marca para la creación de la identidad visual y como valor añadido en el mercado que permita dar a conocer a estudiantes y profesionales la importancia de la gestión de la marca en la era digital, pues estamos rodeados de usuarios cuya experiencia está asociada a lo tecnológico y difiere según la generación a la que pertenezca, resultando interesante conocer al usuario al cual va dirigido nuestro producto.

Es por ello, que el fin de este trabajo es sensibilizar sobre la creación y gestión de la marca en la era digital y su valor, su relación con el usuario, tomando en cuenta las actividades propias y su incidencia como profesionales del diseño, así como el papel docente en la formación de las actuales generaciones en este ámbito.

Palabras claves: marca, identidad visual, *branding*, marketing digital.

¹ MSc. en Gerencia Empresarial. Profesora ordinaria, categoría Asistente del Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de Arte de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela. E-mail: ingridsuescunv@gmail.com