



Curso Online de Packaging como Herramienta Estratégica de Marketing

Claves para convertir el packaging en una herramienta estratégica capaz de reforzar la marca, influir en la compra y generar ventaja competitiva.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Packaging como Herramienta Estratégica de Marketing

Presentación

El packaging ha pasado de ser un simple contenedor a convertirse en un verdadero “vendedor silencioso”, capaz de influir directamente en la decisión de compra del consumidor. En un entorno donde la competencia es cada vez más intensa, el empaque deja de ser solo una botella o una caja para transformarse en un elemento estratégico de marketing.

El objetivo de este curso es ofrecer una visión holística del proceso de diseño de empaques y su papel estratégico dentro del marketing. En particular, busca tender puentes entre quienes piensan en el consumidor, la marca y el mercado, y los técnicos que convierten esas ideas en un envase real, producible y eficiente. La meta es que los equipos de marketing comprendan las necesidades, limitaciones y procesos técnicos de los diseñadores e ingenieros, y que, a su vez, las áreas técnicas interioricen la importancia del posicionamiento, la comunicación y la experiencia del consumidor.

Empezaremos por el rol del packaging dentro de la empresa, mostrando su impacto en áreas como el branding, el merchandising y la comunicación hacia el consumidor. A través de ejemplos y casos reales, comprenderá cómo el diseño del envase puede convertirse en una ventaja competitiva y un factor clave de diferenciación. Aprenderá, además, a interpretar el comportamiento del consumidor en el punto de venta, conocer principios de neuromarketing y alinear los elementos visuales del empaque con la identidad de marca y las campañas de comunicación.

Al finalizar, no solo dominará los conceptos clave, sino que estará en condiciones de convertir el packaging en una herramienta estratégica de marketing, alineada con los objetivos de la empresa y las tendencias del mercado actual.

La Formación E-learning

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

Trabajar con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Packaging como Herramienta Estratégica de Marketing

Objetivos del curso:

- Dominar los conceptos claves del packaging dentro del contexto del marketing, así como comprender su rol dentro de la estrategia empresarial.
- Analizar los aspectos y valores esenciales para lograr una integración efectiva entre el diseño de envases y embalajes, el marketing y el punto de venta.
- Entender cómo el packaging puede transformarse en una herramienta estratégica que no solo protege el producto, sino que también atrae, inspira e impulsa la venta mientras construye valor de marca.
- Aprender a utilizar el packaging para ocupar un lugar privilegiado en la mente del consumidor, generando preferencia incluso antes de que vea el producto en la tienda.
- Integrar el neuromarketing en el diseño de los elementos visuales del packaging.
- Comprender el valor del empaque como ventaja competitiva en la empresa.
- Comprender el impacto del packaging dentro del Green Marketing.
- Conocer las etapas que componen el desarrollo de los envases y embalajes.
- Entender la importancia del brief de producto como disparador del proceso creativo del diseño del sistema de empaque.
- Desarrollar plantillas guía con los aspectos claves en la elaboración de un brief de diseño para packaging.

“ Un curso práctico pensado para profesionales del marketing, diseño, ingeniería y producto que necesiten unir estrategia, creatividad y viabilidad técnica ”

Dirigido a:

Profesionales y responsables de los departamentos de **Marketing, Brand Management, Trade Marketing, Comunicación, Diseño, Producto, I+D, Ingeniería, Producción, Operaciones, Logística, Distribución y Sostenibilidad** que participen, directa o transversalmente, en la definición, desarrollo, implantación o mejora de envases y embalajes. Especialmente útil para aquellas empresas que necesitan alinear la estrategia de marca, la experiencia del consumidor, el punto de venta y la viabilidad técnica del packaging, integrando criterios de diferenciación, eficiencia operativa y sostenibilidad en la toma de decisiones.

Packaging como Herramienta Estratégica de Marketing

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

4 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Introducción al packaging y conceptos clave de marketing

6 horas

En el diseño de envases y embalajes convergen profesionales con perfiles muy distintos, desde especialistas en marketing hasta ingenieros, diseñadores gráficos, comunicadores y expertos en materiales, que deben trabajar de forma integrada y colaborativa para lograr un resultado que trascienda y supere la suma de sus conocimientos individuales. Este curso busca tender puentes entre quienes piensan en el consumidor, la marca y el mercado, y los técnicos que convierten esas ideas en un envase real, producible y eficiente. La meta es que los equipos de marketing comprendan las necesidades, limitaciones y procesos técnicos de los diseñadores e ingenieros, y que, a su vez, las áreas técnicas interioricen la importancia del posicionamiento, la comunicación y la experiencia del consumidor.

1.1. Introducción al curso.

1.2. Evolución de los envases:

1.2.1. La evolución de los envases y su relación con las marcas.

1.3. Principales conceptos y funciones del packaging:

1.3.1. Envases, embalajes, empaque y packaging.

1.3.2. Funciones del packaging.

1.4. Principales conceptos de marketing y su relación con el empaque moderno:

1.4.1. Marketing estratégico:

1.4.1.1. Público objetivo.

1.4.1.2. Investigación de mercado.

1.4.1.3. Posicionamiento.

1.4.1.4. Estrategia competitiva.

1.4.2. Marketing operativo:

1.4.2.1. Producto.

1.4.2.2. Precio.

1.4.2.3. Plaza.

1.4.2.4. Promoción.

Packaging como Herramienta Estratégica de Marketing

MÓDULO 2. Rol del packaging dentro de la estrategia empresarial

6 horas

Dada la naturaleza transversal del packaging, es fundamental comprender cómo las decisiones de diseño impactan tanto en la estrategia y estructura de la empresa como en su entorno.

2.1. El envase dentro de la estrategia comercial:

- 2.1.1. El branding.
- 2.1.2. El marketing mix.
- 2.1.3. La comunicación hacia el consumidor.

2.2. El envase dentro de la estrategia de producción:

- 2.2.1. Complejidades y eficiencias en líneas de envasado.
- 2.2.2. Coste de envasado dentro de los costos de producción.

2.3. El envase dentro de la estrategia de la cadena de distribución:

- 2.3.1. Complejidades y eficiencias en almacenamiento y transporte.
- 2.3.2. Costos de logística y daños en mercancías.

2.4. El envase dentro de la estrategia de sustentabilidad ambiental:

- 2.4.1. Impactos negativos de los envases en el medio ambiente.
- 2.4.2. Criterios básicos de ecodiseño en envases.

MÓDULO 3. Alineación del packaging con el branding, el merchandising y la comunicación en marketing

12 horas

El packaging puede transformarse en una herramienta estratégica que no solo protege el producto, sino que también atrae, inspira e impulsa la venta mientras construye valor de marca.

3.1. El modelo de comportamiento del consumidor.

3.2. El packaging en el punto de venta (merchandising):

- 3.2.1. Datos interesantes o hechos en el punto de venta.
- 3.2.2. Entendiendo los objetivos del lineal o anaquel.
- 3.2.3. Estrategias de exhibición de productos.

3.3. El branding y la identidad de marca en los envases:

- 3.3.1. El packaging como elemento diferenciador para la segmentación y posicionamiento.
- 3.3.2. Elementos para considerar en el diseño de empaques.
- 3.3.3. El neuromarketing en packaging.

3.4. El packaging en las campañas de comunicación y marketing:

- 3.4.1. Packaging: el vendedor silencioso.

Packaging como Herramienta Estratégica de Marketing

3.4.2. Coherencia e integración de las campañas publicitarias con el packaging.

3.5. El packaging como ventaja competitiva:

3.5.1. El envase: ¿un coste adicional o una herramienta de ventas?

3.5.2. El packaging dentro de la estrategia de crecimiento.

3.6. El packaging dentro del green marketing:

3.6.1. El Ecolabeling.

3.6.2. Green Washing.

MÓDULO 4. Diseño creativo de los empaques, envases y embalajes

6 horas

Tras comprender el rol estratégico del envase en el marketing, el branding, la logística y la sostenibilidad, es importante transformar esa visión integral en instrucciones precisas y accionables para equipos de diseño y áreas técnicas.

4.1. Etapas que componen el desarrollo de los envases y embalajes:

4.1.1. El planteamiento del proyecto.

4.1.2. El desarrollo gráfico.

4.1.3. El desarrollo estructural.

4.1.4. La implementación.

4.2. El brief de diseño:

4.2.1. Ejemplo de aplicación de un brief de diseño de empaque.

Packaging como Herramienta Estratégica de Marketing

Autor



Ángel Roberto

Ingeniero Mecánico, Economista Empresarial y Máster en Docencia Universitaria con amplia experiencia en la industria del empaque y en la asesoría y formación profesional. Especialista en diseño y tecnología de envases, asesor empresarial y docente en entornos virtuales y presenciales.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

