Creación de una Marca Personal Inmobiliaria

SKU	15042
Modalidad	100% Online Asincrónica
Duración	80 horas
Dirigido a	Agentes inmobiliarios, corredores, emprendedores y equipos comerciales que necesiten promocionar servicios, construir marca y generar oportunidades de negocio.

Introducción

El curso **Creación de una Marca Personal Inmobiliaria** entrega conocimientos y herramientas prácticas para construir una presencia profesional coherente y diferenciada en el mercado inmobiliario. La formación aborda el tema desde una perspectiva aplicada a la actividad inmobiliaria, facilitando la comprensión de conceptos, procesos, criterios de decisión y buenas prácticas profesionales.

Unidad 1. Fundamentos del marketing inmobiliario

- **Segmentación de mercado.** Comprensión de segmentación de mercado y de su relación directa con creación de una marca personal inmobiliaria.
- **Propuesta de valor.** Identificación de criterios, procedimientos y responsabilidades asociados con propuesta de valor.
- **Posicionamiento profesional.** Aplicación de buenas prácticas para fortalecer posicionamiento profesional en situaciones propias del mercado inmobiliario.

Unidad 2. Marca y comunicación

- **Identidad de marca.** Comprensión de identidad de marca y de su relación directa con creación de una marca personal inmobiliaria.
- **Mensaje comercial.** Identificación de criterios, procedimientos y responsabilidades asociados con mensaje comercial.

- **Confianza y reputación.** Aplicación de buenas prácticas para fortalecer confianza y reputación en situaciones propias del mercado inmobiliario.

Unidad 3. Canales de promoción

- **Estrategia digital.** Comprensión de estrategia digital y de su relación directa con creación de una marca personal inmobiliaria.
- **Contenido inmobiliario.** Identificación de criterios, procedimientos y responsabilidades asociados con contenido inmobiliario.
- **Campañas de captación.** Aplicación de buenas prácticas para fortalecer campañas de captación en situaciones propias del mercado inmobiliario.

Unidad 4. Medición y optimización

- **Indicadores de marketing.** Comprensión de indicadores de marketing y de su relación directa con creación de una marca personal inmobiliaria.
- **Análisis de resultados.** Identificación de criterios, procedimientos y responsabilidades asociados con análisis de resultados.
- **Mejora de campañas.** Aplicación de buenas prácticas para fortalecer mejora de campañas en situaciones propias del mercado inmobiliario.

Metodología

- Estudio autónomo mediante plataforma virtual.
- Lectura guiada de contenidos especializados.
- Análisis de ejemplos y situaciones inmobiliarias.
- Desarrollo de ejercicios prácticos individuales.
- Cuestionarios formativos al término de cada unidad.
- Actividad final integradora.

Recursos Didácticos

- Manual digital del participante.
- Guías de aprendizaje descargables.
- Glosario de conceptos inmobiliarios.
- Fichas de apoyo para la aplicación práctica.
- Casos y ejemplos contextualizados.

Evaluación

- Cuestionarios de comprensión por unidad.
- Actividades de aplicación individual.
- Análisis de situaciones inmobiliarias.
- Evaluación final integradora.

Competencias de Egreso

Al finalizar el curso, la persona participante será capaz de construir una presencia profesional coherente y diferenciada en el mercado inmobiliario, reconocer los procesos y responsabilidades relacionados con el tema, utilizar terminología pertinente y aplicar criterios profesionales en contextos inmobiliarios.