VIGILADA MINEDUCACIÓN

FESC
EDUCACIÓN SUPERIOR
Comfanorte

Diplomado

BRANDING EXPERIENCIAL PARA EL DESARROLLO DE IDENTIDAD Y ESTRATEGIA DE MARCA

VIRTUAL

Competencia

Desarrollar técnicas y estrategias que permitan desarrollar signos distintos acordes a los perfiles e inteligencias de los consumidores, a través de la integración de los valores funcionales y emocionales de la marca.

Dirigido a:

Estudiantes aspirantes al Tecnólogo en:

- ***Gestión de contenidos***
- ***Gráficos Publicitarios***

Mayor información: *PBX: (607) 578 4878 ext. 112*
grafico@fesc.edu.co
www.fesc.edu.co

Justificacíon

La publicidad históricamente ha sido medio referente y gestora de tendencias en el arte visual. Entre muchos tópicos la identificación de firmas, personas, lugares, productos y servicios de una manera innovadora son características que el branding como campo de acción del diseño gráfico aborda.

Por lo anterior resultan importantes aquellas iniciativas que permitan optimizar la producción de calidad en cuanto a marca y que se constituyan como herramientas indispensables para nuestros futuros egresados.

MÓDULO 1

38 HORAS

BRANDING EMOCIONAL

Docente: **María Camila Torres Mesa**

Temas:

- *Definición de arquitectura de marca.*
- *Modelos de la arquitectura de marca: Monolítico (Brand House), Endosado (Endorsed House), Libre House of Brands) y mixto o híbrido.*
- *Cómo construir la relación – conexión entre el cliente y la marca.*
- *Nuevas técnicas del branding experiencial para influir sensorialmente en el usuario (olfato, gusto, visión, escucha y tacto) como canal de simpatía con lo emocional.*
- *Identificar la multiplicidad cognitiva del usuario en aras del direccionamiento de las marcas.*

Neuromarketing como método de indagación emocional hacia el direccionamiento de las marcas.

MÓDULO 2

32 HORAS

ADN, GESTIÓN Y PATRIMONIO DE MARCA

Docente: **María Camila Torres Mesa**

Temas

- *Campañas referentes de éxito: Análisis de caso de marcas universales y latinoamericanas que lograron conectar con las emociones del usuario.*
- *Definición ADN de marca.*
- *Factores a identificar en el ADN de marca: herencia, cultura, valores, diferencia, territorio, personalidad.*
- *propósito, conexión (storytelling).*
- *Identidad de marca.*
- *Posicionamiento de marca.*
- *Cultura interna de la marca.*
- *Sistema de marca*
- *Equidad de marca.*
- *Imagen y responsabilidad de marca*

MÓDULO 3

10 HORAS

COPYWRITING Y ORTOGRAFÍA APLICADA

Docente: **María Camila Torres Mesa**

Temas:

- *Ortografía Básica.*
- *Gramática Aplicada.*
- *El Copy y su Naturaleza Creativa.*

Fecha y Horario

Módulo 1: *Desde el **02** al **11** de julio*
Módulo 2: *Desde el **11** al **19** de julio*
Módulo 3: *Desde el **19** al **24** de julio*
Horarios:
Lunes a Viernes: *Desde las **18:00** a las **22:00** horas*
***Sábado: 14:00** a las **18:00** horas*

CONFERENCISTA

María Camila Torres Mesa

Comunicadora Gráfica con seis años de experiencia en el campo de la publicidad, con enfoque dirigido a la dirección de arte para branding y desarrollo de marca; adicionalmente, los últimos tres años se ha dedicado en gran parte al lettering y la caligrafía de forma personal, aunque ahora lo incluye como recurso para el desarrollo de logos y marcas.

Fundadora y directora de MILATO ESTUDIO. Se ha desempeñado como directora de Arte en DR. BRANDING, TXT AGENCIA TRANSMEDIA, MULLENLOWE SSP3, TREETOP ROCKET-LOWE y como Diseñadora Gráfica en SALGAR-LOWE SSP3, DIEZCEROSEIS ESTUDIO entre otras empresas en el país.