

Dirigido a :Estudiantes de tecnología en gestión de contenidos gráficos publicitarios



Diplomado en: Branding Experiencial para el desarrollo de **IDENTIDAD Y ESTRATEGIA DE MARCA**

Modalidad Virtual

FESC

EDUCACIÓN SUPERIOR

VIGILADA MINEDUCACIÓN



JUSTIFICACIÓN

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.

COMPETENCIAS

Desarrollar técnicas y estrategias que permitan construir 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.

MÓDULO 1

Branding emocional

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

Fecha de inicio: 22 de Junio de 2026

Fecha de terminación: 3 de Julio de 2026

Horario: Lunes a Viernes de 6:00 p. m. a 10:00 p. m. / Sábado 2:00 p.m. a 4:00 p.m.

MÓDULO 1

Branding emocional

5. Identificar la multiplicidad cognitiva del usuario en aras del direccionamiento de las marcas.
6. Neuromarketing como método de indagación emocional hacia el direccionamiento de las marcas.

Profesor: Sebastián Alfonso Torres Martínez
Duración: 38 Horas

Fecha de inicio: 22 de Junio de 2026

Fecha de terminación: 3 de Julio de 2026

Horario: Lunes a Viernes de 6:00 p. m. a 10:00 p. m. / Sábado 2:00 p.m. a 4:00 p.m.



MÓDULO 2

ADN, Gestión Y Patrimonio de Marca

1. Campañas referente de éxito: Análisis de caso de marcas universales y latinoamericanas que lograron conectar con las emociones del usuario.
2. Definición ADN de marca.
3. Factores a identificar en el ADN de marca: herencia, cultura, valores, diferencia, territorio, personalidad, propósito, conexión (storytelling).
4. Identidad de marca.

Fecha de inicio: 03 de Julio de 2026

Fecha de terminación: 13 de Julio de 2026

Horario: Lunes a Viernes de 6:00 p. m. a 10:00 p. m. / Sábado 2:00 p.m. a 4:00 p.m.



FESC
EDUCACIÓN SUPERIOR

VIGILADA MINEDUCACIÓN





MÓDULO 2

ADN, Gestión Y Patrimonio de Marca

5. Posicionamiento de marca.
6. Cultura interna de la marca.
7. Sistema de marca.
8. Equidad de marca.
9. Imagen y responsabilidad de marca.

Profesor: Sebastián Alfonso Torres Martínez
Duración: 32 Horas

Fecha de inicio: 03 de Julio de 2026
Fecha de terminación: 13 de Julio de 2026
Horario: Lunes a Viernes de 6:00 p. m. a 10:00 p. m. / Sábado 2:00 p.m. a 4:00 p.m.





MÓDULO 3

ADN, Gestión Y Patrimonio de Marca

1. Ortografía Básica.
2. Gramática Aplicada.
3. El Copy y su Naturaleza Creativa.

Profesor: Sebastián Alfonso Torres Martínez
Duración: 10 Horas

Fecha de inicio: 13 de Julio de 2026

Fecha de terminación: 15 de Julio de 2026

Horario: Lunes a Viernes de 6:00 p. m. a 10:00 p. m. / Sábado 2:00 p.m. a 4:00 p.m.

Sustentación final: del 30 al 31 de julio del 2026

Perfil Profesional del Profesor

Sebastián Alfonso Torres Martínez Diseñador Gráfico con experiencia en diseño digital, experiencia de usuario (UX) y desarrollo de productos visuales orientados a la comunicación efectiva y la innovación tecnológica. Su trabajo se caracteriza por la integración del pensamiento creativo con una visión funcional, enfocada en mejorar la interacción entre las personas y las interfaces digitales.

Ha desarrollado su trayectoria profesional en empresas reconocidas del sector tecnológico y de medios, desempeñándose como Diseñador Senior en Zitro IT Solutions (2024–2025), donde lidera procesos de diseño visual y experiencia de usuario para entornos digitales. Previamente, trabajó como Diseñador UX en El Espectador (2021–2023), contribuyendo al rediseño y optimización de productos digitales de alto alcance, y como Diseñador Junior en Suratómica (2019–2021), donde fortaleció su base conceptual y técnica en diseño gráfico y multimedia.

MÉTODOS DE PAGO

1 De Contado

2 Financiación FESC:

- 1 cuota 50%: 16 de Junio 2026
- 2 cuota 50%: 15 de Julio de 2026

3 Financiación con otras instituciones:



**BANCO
PICHINCHA**

COMULTRASAN

COOPFUTURO
COOPERATIVA DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS UNIVERSITARIOS



Consignación:

Cuenta de ahorros FESC de Bancolombia
No.61765706096





FESC
EDUCACIÓN SUPERIOR
VIGILADA MINEDUCACIÓN 



Mayor Información:

PBX: (607) 588 0091 ext. 112
grafico@fesc.edu.co

Director de Programa:

317 226 6220