

El branding cambia. Y muy rápido.

Un nuevo contexto donde marketing, innovación, redes y diseño se entrelazan para crear valor marcario, modifica radicalmente el rol del comunicador y le exige otras competencias y performances. Lo que alguna vez aprendimos sobre “imagen corporativa” es ya obsoleto. El diseño de experiencias, las identidades dinámicas, las nuevas tipologías de empresa y negocio o el marketing de contenidos, son algunos de los emergentes de una tarea que se está redefiniendo minuto a minuto.



**10 HS
BR**

Diez horas de branding

Los profesionales latinoamericanos pueden acceder a las herramientas para enfrentar esos cambios mediante la capacitación más avanzada en branding: diez horas intensivas para conocer lo último en diseño y gestión marcaría.



1 conferencia | 3 seminarios | 2 días | 10 horas

Los conceptos, estrategias, tendencias y casos más avanzados que los diseñadores y comunicadores necesitan conocer para trabajar en el desarrollo de marcas.

La capacitación se dicta en dos días y consta de una

conferencia abierta de dos horas y ocho horas de seminarios exclusivos para profesionales. Muchos de los conceptos a trabajar constituyen un adelanto del libro "Branding para diseñadores" de próxima publicación.

Conferencia:

"Competir y crear valor en un mercado de marcas"

Abierta a profesionales y estudiantes. Especialmente recomendable para profesionales de comunicación social, marketing, diseño, publicidad, administración y relaciones públicas e institucionales con responsabilidades de gestión en el sector privado o público.

Seminarios:

"Hacer Branding Hoy"

Conceptos y procedimientos de última generación para el desarrollo y gestión de marcas en entornos complejos y multidisciplinares. Exclusivo para profesionales de comunicación y diseño (gráfico, publicitario, industrial, multimedial).

Día 1

Conferencia abierta | 2hs.

Introducción al branding / Qué es una marca y qué función cumple / Evolución económica y social de la marca / Incidencia de la marca en el negocio: del logo a la experiencia / Marca y gestión corporativa / Nuevos conceptos en marketing de marcas / Innovación, tendencias y prospectivas / Preguntas y debate.

Seminario, primera parte | 3hs.

Marca gráfica: conceptos y evolución / De la identidad corporativa al branding y del logo al lenguaje de marca / La marca en el universo digital / Conexiones: la influencia recíproca entre marca, diseño, arquitectura, cultura, arte y arquitectura / Sociedad de redes: la exposición pública de la marca y su gestión.

FORMATO DINÁMICO | MUCHO MATERIAL ILUSTRATIVO

Día 2

Seminario, segunda parte | 3hs.

Hacer branding: sistematización del proceso de trabajo / Investigación, diagnóstico, estrategia, análisis, exploración creativa, desarrollo, implementación, normativa / Apuntes sobre las organizaciones, la identidad, y el poder / Rol del cliente / Análisis de resolución de un caso, paso por paso / 10 cosas que no se aprenden en la universidad.

Seminario, tercera parte | 2hs.

Aspectos emocionales de la marca: marcas carismáticas y branding relacional / Sistemas de identidad abiertos y cerrados / Identidades dinámicas / Identidad en video, web, redes sociales y smartphones / Análisis crítico de casos actualizados a nivel global (industria, servicios, tercer sector, industrias culturales y branding de lugares).

Cómo participar

La capacitación se dicta sobre demanda para instituciones de iberoamérica, de modo específico o bien en el marco de encuentros, congresos o posgrados de Diseño, Comunicación o Relaciones Públicas. Las Universidades interesadas pueden organizarlo de manera individual o en conjunto con otras instituciones educativas, gobiernos locales, cámaras empresarias, etc.

El formato intensivo permite optimizar los costos fijos y existen varias alternativas para que la Universidad o institución convocante pueda rentabilizar el evento. Para convenir fechas, requisitos y acordar los aspectos económicos y organizativos, por favor comunicarse a

contacto@guillermobrea.com



10 HS
.....
BR

Sobre el docente

Director del Posgrado en Diseño y Gestión de Marcas de la Universidad de Buenos Aires. Especialista en identidad visual y comunicación institucional, ha trabajado en los últimos veinticinco años en proyectos de identidad visual y asesorando en estrategias de marca y comunicación a organizaciones públicas y privadas. De su producción se destacan entre otros trabajos, la identidad de Marca País Argentina.

Cursó estudios de arquitectura, diseño gráfico y comunicación institucional. Realizó cursos de posgrado en sociología, comunicación política, evaluación de proyectos, comunicación en organizaciones complejas y prospectiva estratégica entre otros. Actualmente es doctorando por la Universidad de Buenos Aires.

Como profesor invitado ha dictado un centenar de conferencias, seminarios y capacitaciones docentes en más de veinte universidades y en diversos encuentros profesionales en Argentina, España, Uruguay y México. Su primer libro "Branding para diseñadores" será publicado en breve.

Más info en www.guillermobrea.com

