

# Taller de Marcas (branding estratégico)

Aún hoy, hay quienes creen que el branding es territorio exclusivo de una sola disciplina. Para ellos, y para los que ya saben que no es así, proponemos un taller distinto e innovador. Un espacio donde profesionales de las ciencias empresariales y del mundo de la comunicación y el diseño trabajan, discuten y co-crean juntos para saber más sobre la estrategia, la gestión y la comunicación de una marca.

**Un taller único que permite aprender a trabajar con marcas del modo más actualizado y real: en un espacio colaborativo interdisciplinario y diseñando procesos más allá de las incumbencias.**



## Construir colaborativamente marcas del siglo XXI

Hacer identidad visual sin comprender el negocio es tan ineficaz como emprender un negocio sin comprender el valor de la comunicación. Para que una marca sea exitosa se requieren diseñadores con pensamiento estratégico y emprendedores con sensibilidad al diseño.



## 5 clases magistrales | 1 taller | 5 jornadas | 20 hs

El taller está dirigido a: alumnos avanzados y profesionales de marketing; diseño; publicidad; ciencias económicas; administración de empresas; sociología; comunicación social; comercio exterior y emprendedores o empresarios PYME de cualquier origen profesional. Los requisitos son: curiosidad y entusiasmo por conocer el universo del branding; apertura mental y disposición al trabajo en equipo.

### **Modalidad de trabajo:**

Al inicio de cada etapa, el docente dictará una clase explicando los principales conceptos, ilustrados con ejemplos actualizados de clase mundial en cada uno de los temas. En grupos conformados por profesionales de distintas disciplinas, los cursantes abordarán el trabajo estratégico y comunicacional para una marca guiados por el docente.

Obtendrán herramientas y matrices para realizar el análisis estratégico del negocio, públicos, cultura, contexto, mercado, competencia y posicionamiento. Conocerán la utilidad del design thinking para la resolución de problemas complejos.

Comprobarán cómo otros desarrollan respuestas diferentes a un mismo problema y podrán comparar experiencias. Aprenderán a definir la identidad marcaria y a generar briefs para los diversos servicios y proveedores involucrados.

Establecerán la arquitectura de marcas, un plan de diseño y comunicación, y trabajarán en las diferentes capas de sentido incluyendo storytelling, identidad visual y verbal, look and feel, y diseño de experiencias. Establecerán un plan de lanzamiento para la marca y conocerán las formas de evaluar los resultados.

## Cómo participar

El Taller se dicta a pedido de instituciones de toda iberoamérica, de modo específico o en el marco de congresos, encuentros o posgrados. Las universidades u organizaciones interesadas pueden organizarlo de manera individual o en conjunto con otras instituciones educativas, gobiernos locales, asociaciones profesionales, etc.

El formato intensivo permite optimizar los costos fijos y existen varias alternativas para rentabilizar el evento. El cupo mínimo de cursantes para el óptimo funcionamiento del Taller es de 20 personas.

Para convenir fechas, requisitos y acordar los aspectos económicos y organizativos, por favor comunicarse a [contacto@guillermobrea.com](mailto:contacto@guillermobrea.com)

## Sobre el docente

Director de la Carrera de Especialización en Diseño y Gestión de Marcas de la Universidad de Buenos Aires. Especialista en branding y comunicación institucional, ha trabajado en los últimos veinticinco años en proyectos de identidad visual y asesorando en estrategia de marca a algunas de las organizaciones más importantes de la Argentina.

Cursó estudios de arquitectura, diseño gráfico y comunicación. Realizó cursos de posgrado en sociología, ciencias políticas, evaluación de proyectos y prospectiva estratégica, entre otros. Actualmente es doctorando por la UBA.

Ejerce la docencia universitaria desde 1983 y ha dictado más de cien conferencias, seminarios y capacitaciones docentes en Argentina, España, Uruguay y México.