



LCI
Barcelona

MÁSTER EN
BRANDING Y



ESTRATEGIA
DE MARCA

ESCUELA
DE DISEÑO Y
ARTES VISUALES

MÁSTER EN BRANDING Y ESTRATEGIA DE MARCA

Los consumidores somos cada vez más conscientes de la realidad que nos rodea y tenemos una visión crítica de los productos y servicios con los que interactuamos. Este contexto obliga a las marcas a buscar nuevas formas de acercarse a la sociedad y fidelizar a sus públicos objetivos.

¿Qué marcas triunfan? Aquellas que tienen un propósito claro y son capaces de hablar, escuchar, sentir e interactuar con su entorno de manera consistente. Aquellas que, siguiendo un proceso de gestión de marca definido desde el *branding*, saben concretar la mejor estrategia para diferenciarse del resto, despertar interés y generar valor, adaptándose a un medio en constante cambio.

En nuestro Máster en Branding y Estrategia de Marca te enseñaremos a construir marcas que establezcan una relación de tú a tú con sus usuarios desde un punto de vista estratégico, más allá del diseño de una identidad visual reconocible. Juntos abordaremos la creación y gestión de una marca como un proceso transversal capaz de articular un contacto omnicanal y ofrecer una experiencia única al usuario.

Acompáñanos en este viaje por el mundo del *branding* desde una perspectiva multidisciplinar y familiarízate con todas las fases del proceso de gestión, creación y comunicación de marca. Desde la definición estratégica hasta la activación en la experiencia de usuario, pasando por la inmersión, la definición, la expresión y la activación de una marca.

DIRECCIÓN DEL MÁSTER

Morillas



ÀLEX GOVERN GORRIS
CHIEF CREATIVE OFFICER

Graduado en Diseño, cuenta con más de 20 años de experiencia en el mundo del diseño gráfico, el *branding* y el diseño de identidad visual. Es profesor en varias escuelas universitarias y tiene una experiencia de más de 15 años en el ámbito de la docencia. Ha sido colaborador de la plataforma digital de opinión Brandemia.



AGNÈS MORA
CHIEF STRATEGY OFFICER

Licenciada en Publicidad y Máster en Estrategia de Marca y Gestión Creativa de Marca. Cuenta con más de 12 años de experiencia en proyectos de *branding* y comunicación para distintas categorías y mercados, desde Europa a Norteamérica, Latinoamérica u Oriente Medio. Colabora como profesora universitaria en distintos centros.

PROGRAMA DE ESTUDIOS

MÓDULO I ESTRATEGIA DE MARCA

ASIGNATURAS

BUSINESS BRANDING
Comprensión de los principios del *branding*, sus conceptos estratégicos y el proceso de gestión y construcción de marca.

INMERSIÓN Y EXPLORACIÓN
Investigación de audiencias. Análisis del ecosistema de la marca. Comprensión de las tendencias de mercado y del consumidor. Definición del *buyer persona*.

ESTRATEGIA DE MARCA
Definición del propósito, el posicionamiento, el manifiesto, la narrativa de marca y los territorios creativos.

IDENTIDAD VERBAL
Análisis de los mecanismos de generación de *naming*, la teoría sobre las tipologías de nombre, el fono-symbolismo y la definición del *verbal branding*.

OBJETIVOS

Conocer el proceso de investigación, su valor e importancia; entender los conceptos estratégicos básicos y las técnicas de investigación y análisis; sentar las bases de la marca para su posterior desarrollo visual; definir el tono de la marca y cómo esta debe dirigirse a sus públicos.

MÓDULO II IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

ASIGNATURAS

IDENTIDAD VISUAL
Comprensión de los elementos de la identidad visual y sus fases. Comprensión del lenguaje visual y su utilidad. Definición del concepto creativo.

ELEMENTOS BÁSICOS DE LA IDENTIDAD
Definición de los elementos básicos de la identidad visual. Diseño de los soportes de aplicación. Inmersión en el manual de marca y el libro de marca.

DIRECCIÓN DE ARTE
Definición, objetivos y competencias del director de arte. Análisis del proceso creativo. Gestión de colaboradores.

TIPOGRAFÍA Y BRANDING
Uso de la tipografía en la marca con carácter expresivo. Comprensión de los formatos tipográficos y las modalidades de licencia. Aportación de valor de la tipografía a medida.

MOTION BRANDING
Uso de las técnicas de animación audiovisual en el proyecto de marca. Las marcas vivas y su adaptación al medio digital.

OBJETIVOS

Aprender la diferencia entre identidad e imagen; dotar a los alumnos del criterio para crear un proyecto de identidad visual sólido y coherente; aprender a traducir los valores en tangibles comunicativos a través del diseño y la dirección de arte; aprender el valor de la tipografía y su importancia en el contexto de diseño o rediseño de marca; lograr sacar partido de los recursos audiovisuales a nivel narrativo.

MÓDULO III EXPERIENCIA DE MARCA

ASIGNATURAS

INTERACCIÓN E IMPLEMENTACIÓN
Definición de la experiencia de marca, la experiencia de usuario y la gestión del proceso de implementación desde diferentes puntos de contacto.

MARCA Y PUBLICIDAD
Comprensión del lenguaje de la comunicación. Aprendizaje de los criterios básicos del diseño publicitario y de cómo crear una campaña desde la planificación estratégica hasta su expresión a través del concepto creativo.

BRANDING EN EL MEDIO DIGITAL
Definición del ecosistema de marca, el *customer journey* y la narrativa digital. Comprensión de los nuevos canales de comunicación y la importancia de la omnicanalidad. Aprendizaje de las claves del diseño para el medio digital.

BRANDING E INNOVACIÓN
Inmersión en la innovación de marca y su relación con el valor de marca asociado. Identificación de necesidades. Generación de productos y servicios asociados a los diferentes tipos de innovación de marca.

OBJETIVOS

Entender qué es un proceso de implementación de marca y cuáles son sus herramientas de gestión; aprender a definir interacciones sólidas entre la marca y sus públicos desde los diferentes puntos de contacto con el consumidor; desarrollar habilidades comunicativas; generar ideas y ejecutar campañas persuasivas; entender el valor añadido y la necesidad de la innovación de marca.

PRÁCTICAS EN EMPRESA (OPCIONALES)

FICHA TÉCNICA



TITULACIÓN: Máster en Branding y Estrategia de Marca



CRÉDITOS: 60 ECTS



DURACIÓN: 1 año académico



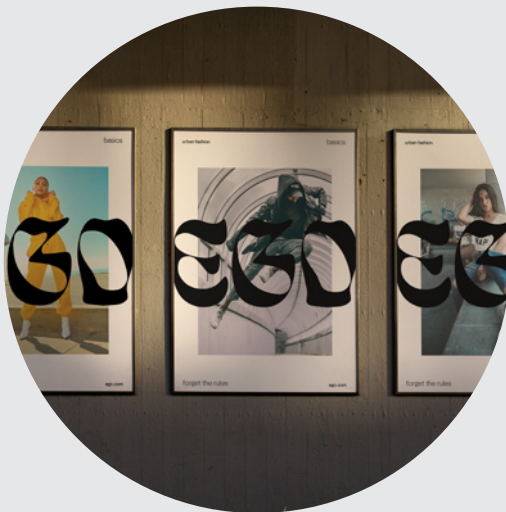
FECHA DE INICIO: Octubre



IDIOMA: Español



MODALIDAD: Presencial



SALIDAS PROFESIONALES

- Diseño gráfico especializado en imagen corporativa
- Identidad visual corporativa
- Producción gráfica
- Diseño de estrategia y marca
- *Brand strategist*
- *Brand manager*
- *Branding digital*
- Gestión y organización de proyectos
- Gestión y comunicación de la identidad
- Gestión de formatos y canales de comunicación



C/ Balmes, 209.
lcibarcelona.com
93 237 27 40