

Diplomado

Creative Branding: Comunicación y Gestión de Marcas Creativas





Diplomado Creative Branding: Comunicación y Gestión de Marcas Creativas

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad FUNDEPOS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/disenio/curso-universitario/creative-branding-comunicacion-gestion-marcas-creativas

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección de curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 18

05

Metodología

pág. 22

06

Titulación

pág. 30

01

Presentación

Si hay algo importante en una empresa es su personalidad. La percepción que tiene el público de las grandes marcas no es casual, pues toda esa responsabilidad recae sobre el equipo de *Branding*. En la actualidad, destacar se hace cada vez más complejo pues existen infinidad de marcas, por lo que la figura del *Brand Manager* adquiere especial relevancia. Este programa instruye al alumno para que aplique todo su talento y creatividad en la gran labor comunicativa de la empresa, un campo en auge y constante cambio donde los más preparados acaban triunfando.





“

Tienes cientos de Slogans en la cabeza. Ahora es el momento de que tú empieces a hacerlos”

30%

Si ya de por sí la gestión de una marca es importante, cuando hablamos de empresas de diseño esta importancia se multiplica, pues la propia marca de la compañía va a ser el primer reflejo de su calidad y talento. Esto se une a la alta competitividad existente en el sector, lo que empuja cada vez más los perfiles profesionales especializados en la gestión y comunicación del *Creative Branding*, una forma aún más creativa de transmitir la personalidad de la empresa.

El *Creative Branding* comprende no solo la marca y su representación visual ante los clientes, sino su forma de comunicar, expresarse, la experiencia del cliente e incluso el *Storytelling* que puede surgir durante los diferentes procesos por los que pasa el comprador, convirtiéndose en una venta creativa. En este Diplomado en *Creative Branding: Comunicación y Gestión de Marcas Creativas* el alumno aprenderá qué es lo más importante a la hora de comunicar, así como todas las estrategias necesarias para llevar a una marca al éxito.

El material didáctico profundiza en todo el proceso de gestión del *branding* de la marca. Desde su construcción e identidad hasta la planificación estratégica y cómo estudiar el éxito de una determinada campaña. Asimismo, incluye una aportación valiosa con las 10 *Masterclasses* de un Director Invitado Internacional de primer nivel. El alumno, una vez finalizado el Diplomado, sabrá abordar todo el proceso creativo que supone la creación, gestión y evaluación de una marca desde sus propios inicios hasta cuando ya esté asentada.

Así pues, este programa ofrece una oportunidad única al alumno de especializarse en un campo altamente demandado en cualquier empresa de diseño, donde se valora a los creativos que puedan aportar sus conocimientos y soluciones a los problemas actuales.

Este **Diplomado en Creative Branding: Comunicación y Gestión de Marcas Creativas** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ La profundización en todos los aspectos por los que se conoce a una marca
- ♦ La especial atención a detallar todo el proceso creativo del *Creative Branding*, desde la concepción a la ejecución de los planes de comunicación
- ♦ Los diferentes recursos y herramientas que se proporcionan al alumno para su uso posterior en el ámbito laboral
- ♦ El énfasis en metodologías innovadoras que realcen el perfil del alumno frente a otros similares



Sabes que puedes ser el arquitecto de grandes marcas de éxito, sólo confía en ti mismo y especialízate con este Diplomado que incluye 10 Masterclasses aportadas por un reputado experto internacional”

“

Si piensas que realmente puedes cambiar el mundo, estás en el Diplomado correcto. Think Different”

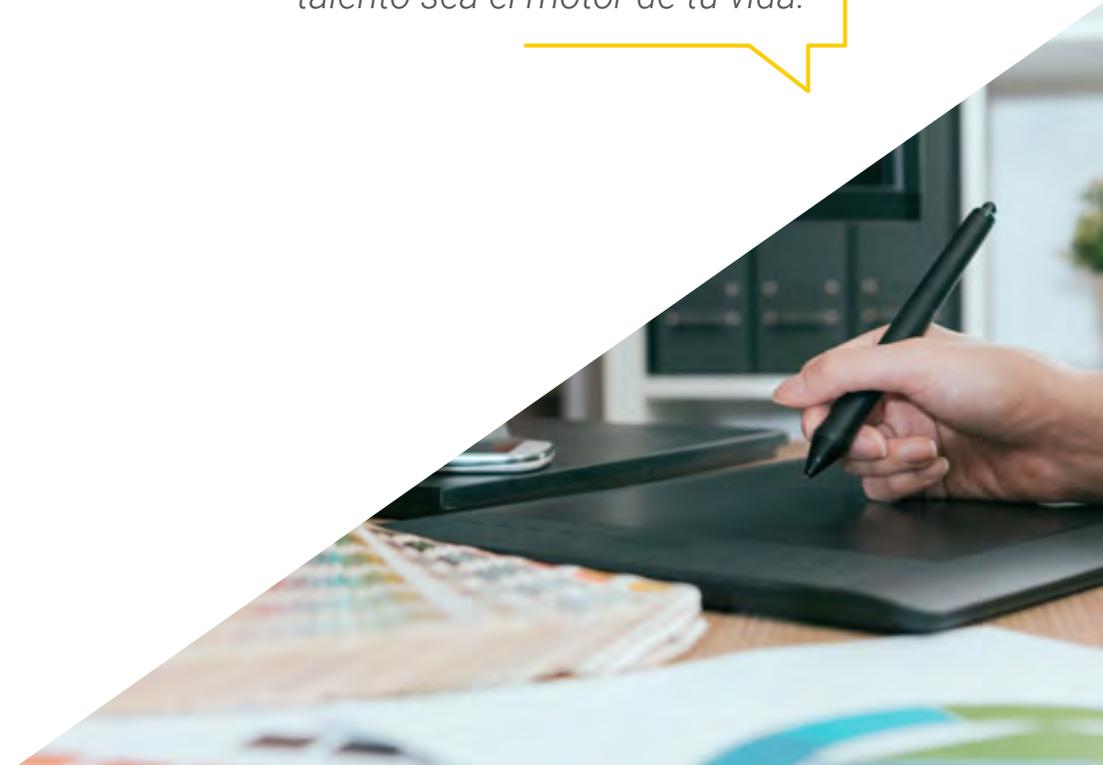
El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo; además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual. Es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

El Creative Branding es una forma innovadora de conectar marcas con personas. Da el paso y empieza a conectar a las empresas con sus clientes. Connecting People.

Destaca con un perfil especializado en Creative Branding y haz que tu talento sea el motor de tu vida.



02 Objetivos

Este Diplomado ha sido diseñado para que el alumno aproveche al máximo sus contenidos, poniendo a su disposición las mejores herramientas didácticas disponibles. Para asegurar la mayor excelencia posible, TECH Universidad FUNDEPOS asegura con estos objetivos generales y específicos que el alumno adquirirá todas las capacitaciones necesarias y vitales del aprendizaje.





“

Tu objetivo más importante eres tú. Especialízate en Creative Branding y lábrate ese futuro que siempre has soñado”



Objetivos generales

- ◆ Aprender a identificar los componentes más esenciales por los que una marca se dirige a su público
- ◆ Adquirir los conocimientos específicos para gestionar la marca, comunicación e imagen de una empresa
- ◆ Inculcar la imaginación e inventiva a la hora de resolver problemas en el ámbito de la gestión de la creatividad
- ◆ Reforzar la integración de los conocimientos adquiridos en entornos prácticos reales
- ◆ Entender como la creatividad es fundamental en la comunicación y gestión de marcas creativas en cualquier sector del diseño
- ◆ Enseñar al alumno a adaptarse a diferentes realidades, dotándole de herramientas para analizar el mercado y las diferentes acciones de comunicación
- ◆ Fomentar la capacidad de actualizarse progresivamente para estar siempre preparado ante una realidad cambiante
- ◆ Desarrollar las habilidades comunicativas, tanto escritas como orales, que servirán de pilar para cualquier gestión de marca creativa





Objetivos específicos

- ◆ Conocer a profundidad qué es lo que hace a una marca triunfar, cómo la percibe el público y aplicar ese saber hacer al trabajo diario
- ◆ Abarcar todas las etapas creativas del *Creative Branding*, desde la concepción de la marca hasta la *Customer Experience*
- ◆ Planificar estrategias de éxitos, con tácticas y planes de producción que garanticen una gestión eficiente de la marca y sus recursos
- ◆ Saber cómo evaluar el nivel de éxito de una acción comunicativa determinada, con herramientas específicas para ello

“

Tu meta profesional es la misma que la de TECH Universidad FUNDEPOS: Convertirte en el mejor experto en *Creative Branding* para impulsar tu carrera”

03

Dirección del curso

TECH Universidad FUNDEPOS elige a los mejores profesionales de cada campo para elaborar los contenidos didácticos, lo que garantiza al alumno que va a aprender de los mejores expertos. Gracias a su experiencia profesional en *Creative Branding*, los alumnos podrán desarrollar su potencial al máximo y adquirir los conocimientos más actualizados del mercado de la mano de los mejores.





“

Ha llegado el momento que marcará tu futuro laboral y el equipo experto de TECH Universidad FUNDEPOS te ayudará a triunfar en la gestión de marcas creativas”

Director Invitado Internacional

S. Mark Young es un experto de renombre internacional que ha centrado su trayectoria investigativa en torno a la **Industria del Entretenimiento**. Sus resultados han recibido números reconocimientos entre los que destaca el **Premio a la Trayectoria en Contabilidad y Gestión** de 2020, otorgado por la Asociación Americana de Contabilidad (American Accounting Association). Asimismo, ha sido galardonado tres veces por sus **contribuciones a la literatura académica** sobre estos ámbitos.

Uno de los hitos más destacados de su carrera fue la publicación del estudio *"Narcisismo y Celebidades"*, junto al doctor Drew Pinsky. Este texto recopilaba **datos directos de personalidades famosas** del Cine o la Televisión. Además, en el artículo, que después se convertiría en un libro de máximas ventas, el experto analizaba los **comportamientos narcisistas** de las estrellas del celuloide y como estos se han normalizado en los medios modernos. A su vez, se abordaba el **impacto de estos en la juventud** contemporánea.

También a lo largo de su vida profesional, Young ha profundizado en la **organización y concentración en la industria cinematográfica**. Específicamente, ha indagado en los modelos para **predecir el éxito en taquilla** de películas importantes. Asimismo, ha realizado aportes en cuanto a la contabilidad basada en actividades y el diseño de sistemas de control. En particular, destaca su reconocida influencia para la implementación de la **gestión efectiva basada en *Balanced Scorecard***.

Igualmente, la labor académica ha marcado también su vida profesional, llegando a ser elegido para **liderar la Cátedra de Investigación George Bozanic y Holman G. Hurt en Negocios de Deportes y Entretenimiento**. Igualmente, ha impartido conferencias y participado en programas de estudio relacionados con la **Contabilidad, el Periodismo y las Comunicaciones**. Al mismo tiempo, sus estudios de pregrado y posgrado le han vinculado a prestigiosas universidades norteamericanas como la de Pittsburgh y la de Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- Director de la Cátedra George Bozanic y Holman G. Hurt de Negocios del Deporte y el Entretenimiento
- Historiador Oficial del Equipo Masculino de Tenis de la Universidad del Sur de California
- Investigador académico especializado en el desarrollo de modelos predictivos para la industria cinematográfica
- Coautor de libro *"Narcisismo y Celebridades"*
- Doctor en Ciencias de la Contabilidad por la Universidad de Pittsburgh
- Máster en Contabilidad por la Ohio State University
- Licenciado en Ciencias Económicas por el Oberlin College
- Miembro del Centro para la Excelencia en la Enseñanza

“

Gracias a TECH Universidad FUNDEPOS podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Dirección



Dra. Velar Lera, Margarita

- ♦ Consultora de Comunicación Experta en Moda
- ♦ CEO de Forefashion Lab
- ♦ Directora de Marketing Corporativo en SGN Group
- ♦ Consultora de Comunicación Corporativa en LLYC
- ♦ Consultor de Comunicación y Marca *Freelance*
- ♦ Responsable de Comunicación en la Universidad Villanueva
- ♦ Docente en estudios universitarios vinculados al Marketing
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA en Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School



04

Estructura y contenido

El temario de este Diplomado en Creative Branding: Comunicación y Gestión de Marcas Creativas se ha elaborado pensando en la mayor facilidad de aprendizaje para el alumno. El módulo consta de 10 temas que abarcan conceptos muy concretos y claros, ayudando a la asimilación de los mismos. Asimismo, el personal docente ha seleccionado minuciosamente todas las materias que se impartirán en el presente aprendizaje, garantizando que el contenido de la enseñanza sea de calidad y esté adaptado a las necesidades del mercado laboral moderno.





ative

“

Sabes que con esfuerzo y dedicación puedes cumplir todo lo que te propongas. Solo necesitas un empujón más para convertirte en todo un experto en Creative Branding”

Módulo 1. Creative Branding: Comunicación y gestión de marcas creativas

- 1.1. *Brands and Branding*
 - 1.1.1. Las marcas
 - 1.1.2. Evolución del *Branding*
 - 1.1.3. Posicionamiento, personalidad de marca, notoriedad
- 1.2. Construcción de la marca
 - 1.2.1. *Marketing Mix*
 - 1.2.2. Arquitectura de marca
 - 1.2.3. Identidad de marca
- 1.3. Expresión de la marca
 - 1.3.1. Identidad gráfica
 - 1.3.2. Expresión visual
 - 1.3.3. Otros elementos que reflejan la marca
- 1.4. Comunicación
 - 1.4.1. Enfoques
 - 1.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 1.4.3. Técnicas y herramientas de comunicación
- 1.5. *Brand Content*
 - 1.5.1. De marcas a plataformas de entretenimiento
 - 1.5.2. El auge del contenido de marca
 - 1.5.3. Conectar con la audiencia a través de relatos únicos
- 1.6. *Visual Storytelling*
 - 1.6.1. El análisis de la marca
 - 1.6.2. Conceptos publicitarios creativos
 - 1.6.3. La venta creativa
- 1.7. *Customer Experience*
 - 1.7.1. *Customer Experience (CX)*
 - 1.7.2. *Customer Journey*
 - 1.7.3. Alineación de la marca y CX





- 1.8. Planificación estratégica
 - 1.8.1. Objetivos
 - 1.8.2. Identificación de públicos e *Insights*
 - 1.8.3. Diseño de la estrategia
- 1.9. *Performance*
 - 1.9.1. El *Briefing*
 - 1.9.2. Tácticas
 - 1.9.3. Plan de producción
- 1.10. Evaluación
 - 1.10.1. ¿Qué evaluar?
 - 1.10.2. ¿Cómo evaluar? (herramientas de medición)
 - 1.10.3. Informes de resultados

“ Con todos estos conocimientos a tu alcance podrás especializar tu carrera y destacar en el campo del diseño aportando enfoques innovadores”

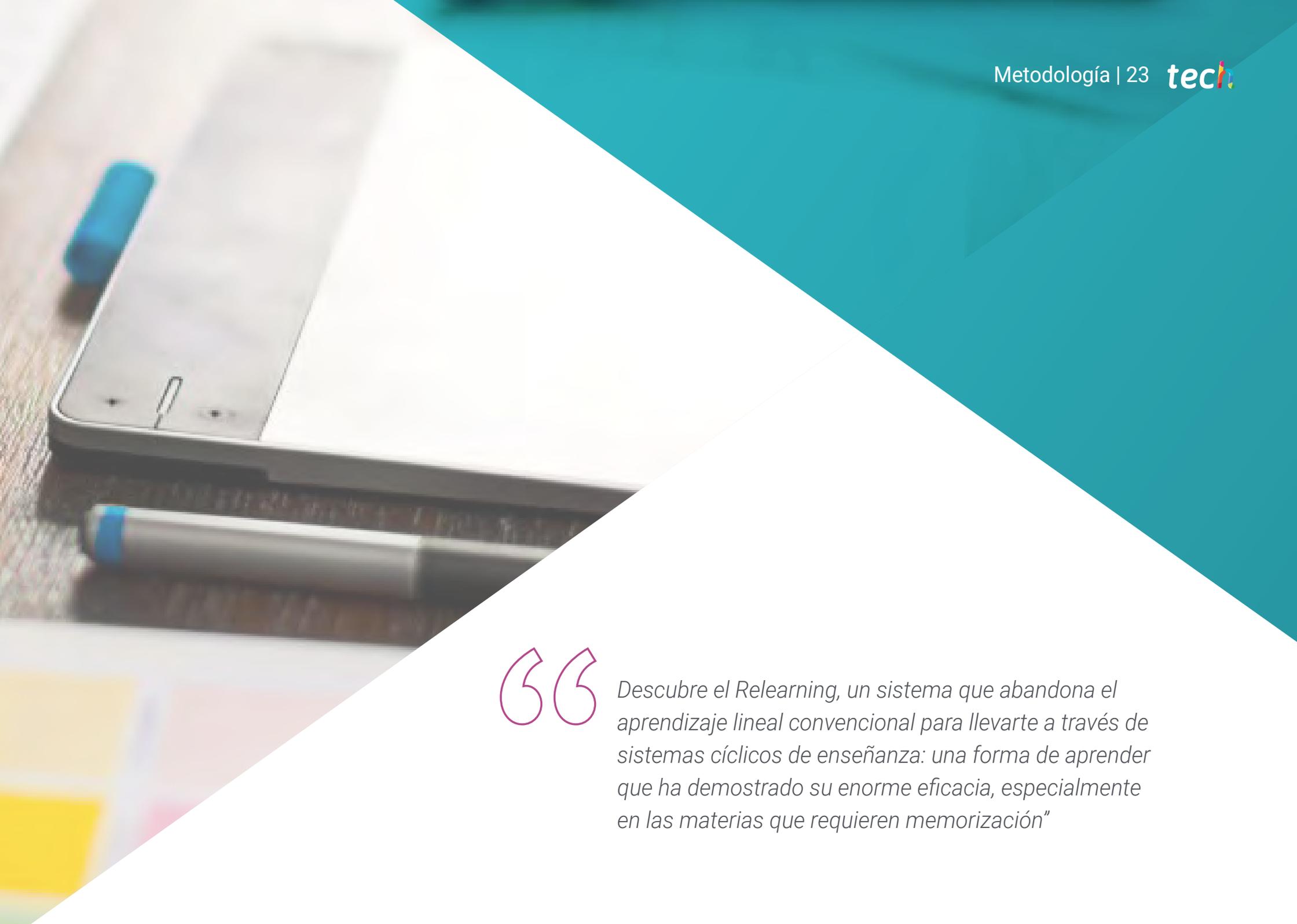
05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el **New England Journal of Medicine**.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH Universidad FUNDEPOS podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH Universidad FUNDEPOS es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores facultades del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH Universidad FUNDEPOS aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH Universidad FUNDEPOS aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH Universidad FUNDEPOS. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



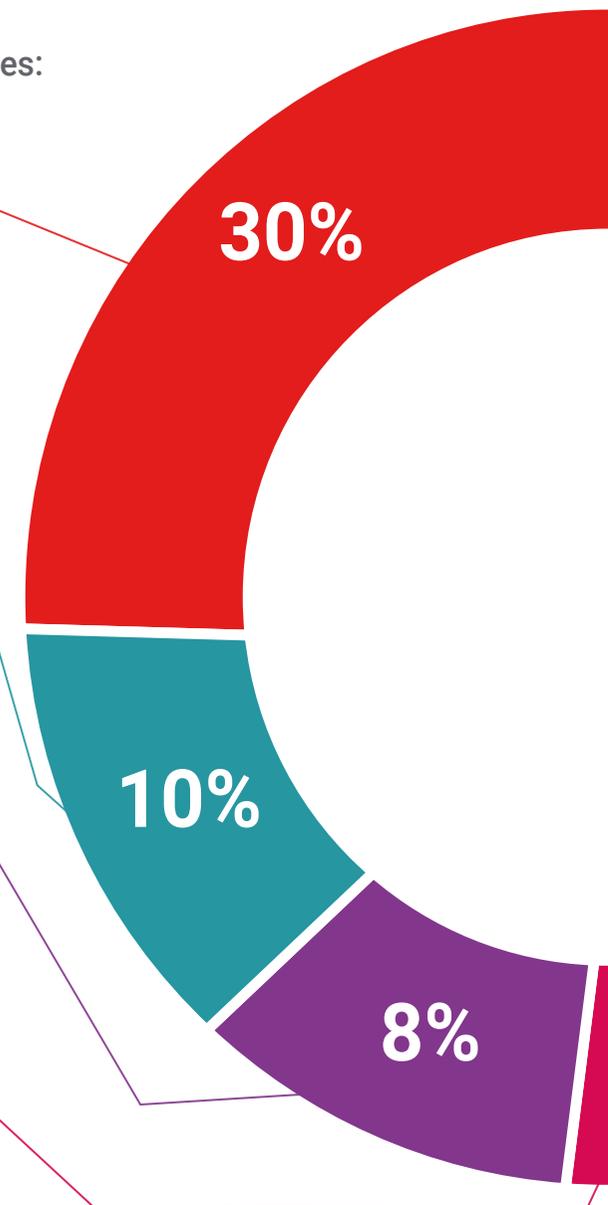
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH Universidad FUNDEPOS el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH Universidad FUNDEPOS presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



06

Titulación

El Diplomado en Creative Branding: Comunicación y Gestión de Marcas Creativas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Diplomado, uno expedido por TECH Universidad Tecnológica y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

*Supera con éxito este programa y
recibe tu titulación universitaria sin
desplazamientos ni farragosos trámites”*

El programa del **Diplomado en Creative Branding: Comunicación y Gestión de Marcas Creativas** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Universidad Tecnológica, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Universidad Tecnológica y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Diplomado en Creative Branding: Comunicación y Gestión de Marcas Creativas**

N.º Horas: **150 h.**



*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Universidad Tecnológica recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Diplomado
Creative Branding:
Comunicación y Gestión
de Marcas Creativas

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad FUNDEPOS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Diplomado

Creative Branding: Comunicación
y Gestión de Marcas Creativas



tech universidad
FUNDEPOS