



letrada
academy

DIPLOMADO EN
COMMUNITY
MANAGEMENT

Mención en: UX Writing e Influencia Digital

PROGRAMACIÓN

Módulo

3

Diseño
Estratégico
y Gestión
de Marcas

25 horas
académicas



Horario:
18h30 a 20h00



Programación y Contenido - Módulo 3

Diseño Estratégico y Gestión de Marcas



OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y aplicar criterios prácticos sobre la gestión efectiva de una marca en diversos canales, a través de una visión global de branding o manejo de marca como eje central en la difusión de productos o servicios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar conceptos esenciales del manejo de marca y de la interacción con el usuario;
- Estudiar criterios prácticos sobre la gestión de una marca en diversos canales;
- Conocer los elementos de difusión de un producto o servicio;
- Desarrollar habilidades sobre puntos de contacto de la marca y su usuario;
- Obtener un aporte general de gestión de homologación de marca en puntos de contacto con el usuario;
- Estudiar y discutir casos de aplicación de marcas locales que implementan correctamente la gestión y comunicación.

JUSTIFICACIÓN

Este curso ofrece la oportunidad de conocer, desarrollar e interactuar con las marcas a través de una visión global sobre el branding, en donde la difusión de un producto o servicio sea el enfoque principal comprendiendo las dinámicas actuales de difusión, así como la interacción con el/los usuarios cada vez más expuestos a una sobre información visual.

En el curso, se desarrollarán criterios prácticos sobre la gestión efectiva de una marca en diversos canales - con especial énfasis en redes sociales, conociendo los fundamentos y personalidad de la marca, su estructura, su tono de voz y su eficaz comunicación en los medios adecuados mediante el análisis de sus diversas tipologías.

Se desarrollarán ejercicios creativos de búsqueda de naming, aproximación al buyer persona / target y personalidad de marca. Se analizarán algunos casos de marcas locales y su correcta implementación de comunicación visual.

Programación y Contenido - Módulo 3

Diseño Estratégico y Gestión de Marcas



El curso de Diseño Estratégico y Gestión de Marca se apoya y complementa con los cursos - módulos del Diplomado en Community Manager - UTE & Letrada Com. Brasil: Marketing de Contenidos; Storytelling y Herramientas digitales.

Para dar cumplimiento a sus objetivos, se propone la realización, en alianza con Letrada Communication - Brasil, del curso denominado DISEÑO ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE MARCA. El cual está dirigido a todos quienes deseen profundizarse en conceptos de comunicación visual estratégica y herramientas de gestión de marca para potenciar un negocio o servicio.

CONTENIDOS DEL CURSO

FECHA	HORAS (PRESENCIALES)	TEMAS	SUBTEMAS	DETALLE DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Y EVALUACIÓN
1	1h30	Tópico 1 La Marca	<ul style="list-style-type: none">- Introducción al curso y temáticas a desarrollar- Definiciones base para entender los alcances de la marca- Estructura y formación de la marca	<ul style="list-style-type: none">- Discusiones teóricas;- Desarrollo descriptivo de su marca a analizar
2	1h30	Tópico 1 La Marca	<ul style="list-style-type: none">- Tipologías de Marca- ¿Cómo se construye una marca?- Comportamiento de la marca en diversos medios	<ul style="list-style-type: none">- Discusiones teóricas;- Análisis de casos
3	1h30	Tópico 2 Personalidad de Marca	<ul style="list-style-type: none">- Tipologías de Personalidad de Marca- Personalidad vs Identidad- La personalidad de marca y el <i>buyer persona</i>	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de casos en pequeños grupos, en seguida, discusión;- Discusiones teóricas.
4	1h30	Tópico 2 Naming y key visual	<ul style="list-style-type: none">- Proceso de construcción de nombre de la marca y frases descriptivas- Concepto y estilo gráfico, Tableros de ideas y <i>Key Visuals</i>	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de casos en pequeños grupos, en seguida, discusión;- Discusiones teóricas.
5	1h30	Tópico 3 Imagen Corporativa	<ul style="list-style-type: none">- Comunicación corporativa- Evolución de la imagen corporativa- Integrantes de Identidad- Elementos de la imagen: Tipografía, Iconografía y Cromática.	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de casos en pequeños grupos;- Discusiones teóricas.

Programación y Contenido - Módulo 3

Diseño Estratégico y Gestión de Marcas



6	1h30	Tópico 4 Identidad Corporativa	<ul style="list-style-type: none">- Imagen e identidad- Estructura y formación de la marca- Gestión de la imagen	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de casos en pequeños grupos, en seguida, discusión;
7	1h30	Tópico 5 Homologación de Marca	<ul style="list-style-type: none">- Jerarquización de información- Estética visual- Optimización de recursos visuales- Identificación de concepto, estilo, composición y elementos de la imagen	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de casos en pequeños grupos, en seguida, discusión;- Discusiones teóricas;- Producción de
8	1h30	Tópico 6 Interacción marca - usuario	<ul style="list-style-type: none">- Públicos objetivos de la marca: Públicos interno y externo- Brief y contenidos	<ul style="list-style-type: none">- Producción de contenidos visuales para distintos medios.
9	1h30	Tópico 6 Interacción marca - usuario	<ul style="list-style-type: none">- Canales de interacción de la marca	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de casos por parte de los participantes del curso.
10	1h30	Tópico 7 Comunicación de la Marca	<ul style="list-style-type: none">- Presentaciones de los participantes del curso, Taller Personalidad de Marca	<ul style="list-style-type: none">- Presentaciones individuales (Marca, aplicaciones en redes sociales)
11	1h30	Tópico 8 Insights de Marca	<ul style="list-style-type: none">- Presentación y análisis de casos: Insights	<ul style="list-style-type: none">- Debate de casos por parte de los participantes del curso.
12	1h30	Taller Personalidad de Marca	<ul style="list-style-type: none">- Verificación <i>check list</i> presentación final- Revisión de referencias	<ul style="list-style-type: none">- Verificación de contenidos y formato de entrega para Taller Final
13	2h00	Presentaciones y cierre del curso	<ul style="list-style-type: none">- Presentaciones de los participantes, Taller Personalidad de Marca- Cierre y conclusiones	Presentaciones grupales, Taller Personalidad de Marca.

DIRIGIDO A:

Este curso está direccionado a todos los profesionales que interactúan con marcas y que estén interesados en potenciar sus habilidades en Gestión, Branding y Comunicación. Profesionales de publicidad y de marketing, diseñadores, comunicadores, emprendedores de todos los rubros, periodistas, estudiantes, gestores de contenidos, blogueros y a todo aquel que le interese potenciar su negocio o servicio a través de estrategias de marca.

METODOLOGÍA

El proceso de enseñanza-aprendizaje se efectuará mediante la participación del facilitador a través de clases teórico-prácticas interactivas, por medio de los canales digitales disponibles para la ejecución del curso facilitados por la Universidad UTE, en la Metodología Teórico - Práctico, análisis de casos y problemas.

Programación y Contenido - Módulo 3

Diseño Estratégico y Gestión de Marcas



EVALUACIÓN

Al término del curso se entregará un certificado con el aval académico de la Universidad UTE en alianza con Letrada Communication - Brasil.

- De asistencia (con una asistencia mínima del 80% y una nota inferior al 80% de promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final)
- De aprobación: (con una asistencia mínimo del 80% y una nota igual o superior al 80% de promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final)

EL CURSO INCLUYE:

Material digital para realizar las lecturas y actividades del curso.

INSTRUCTOR:

Santiago Gabriel Coronel Cisneros

Diseñador y Docente - Master en Gestión del Diseño por la Universidad de Palermo, Diseñador con Mención en Comunicación Visual por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Técnico en Diseño Gráfico Publicitario por la Universidad Tecnológica Equinoccial. Experiencia profesional en sector privado y proyectos freelance con enfoque en: auditoria, análisis, planificación, creación, gestión y desarrollo de Marca e Identidad Corporativa, diseño gráfico publicitario, editorial y comunicación visual.



RECOMENDACIONES para el curso:

Dispón de un entorno cómodo y adecuado para el estudio.

- Ten en cuenta que cada clase tiene una duración de **1 hora - 30 minutos**

Usa la tecnología adecuada.

- Es esencial disponer de un acceso fiable y una buena conexión a Internet

Familiarízate con la plataforma virtual

- Las clases serán en vivo en modalidad virtual en la plataforma Zoom.
- Los contenidos y recursos estarán respaldados en la plataforma EAD
- Las clases se grabarán en la plataforma Dropbox.

Participación activa - Modelo colaborativo

- La mejor manera de aprender es en conjunto ! **No dudes en preguntar.**
- **Siéntete libre de colaborar, aportar y participar en todo momento.**

Cámara y micrófono encendidos

- Es esencial la **interacción** entre todos los participantes del curso.
- **Mantente conectado, PRESENTE y activo.**