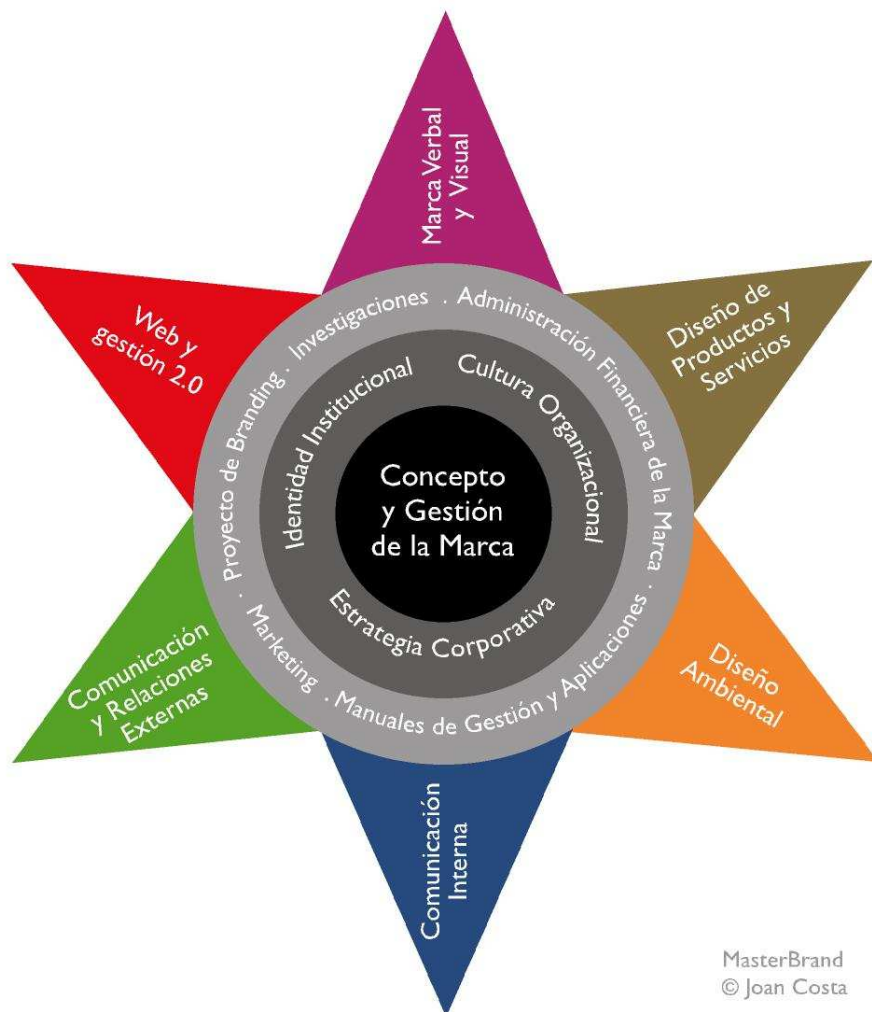


NUEVO
Matrícula abierta

Con Titulación
Oficial Universitaria



MasterBrand Internacional

Con este Curso Internacional pongo a tu disposición los métodos y técnicas más avanzados y eficaces en Identidad, Estrategia y Gestión de Marcas con las nuevas tecnologías.

*Un Curso único y completo que reúne los conocimientos y habilidades integrales para la optimización de lo que se llama hoy "el capital de la empresa": **las marcas**.*

Creado y Dirigido por

joanCosta





MasterBrand Internacional
de Identidad, Estrategia
y Gestión de Marcas

joanCosta

El poder de las Marcas

*El poder de las Marcas como herramientas estratégicas de gestión se funda en su **capacidad integradora**: integra productos, servicios, valores, atributos; su **fuerza memorística**, que es el escudo que asocia y valoriza a la empresa, y su **potencia psicológica**, emocional, implicantey fidelizante.*

Antes se creaba una marca para cada producto.

Hoy se crean productos para la Marca.



Joan Costa
Director del MasterBrand

La oportunidad de este Curso innovador

En la era de la globalización, las Marcas se han convertido en uno de los activos intangibles más valiosos de las empresas. Pero su concepción, creación y estrategias se hacen cada día más complejas y especializadas. Y ello reclama nuevos conocimientos y técnicas integradas hasta ahora desconocidas en la formación superior.

Para responder a estos retos, Joan Costa, comunicólogo, investigador, diseñador, profesor universitario, consultor profesional, director de más de 400 programas para empresas, autor de más de 30 libros y creador y director del Master Internacional DirCom, ha creado el **MasterBrand. Internacional de Identidad, Estrategia y Gestión de Marcas**.

A quienes se dirige el MasterBrand Internacional

En especial a Directores de Comunicación DirCom, Comunicadores, Responsables de Branding de producto y servicio, Marketing, Gerentes de Marca, Creativos, Publicitarios, Namers, Relaciones Públicas, Diseñadores gráficos, de Producto y de Servicios, Medios Digitales, Recursos Humanos, Consultores externos, Responsables de Puntos de Venta, Venta on-line y profesionales en investigación de Marcas y en cualquier aspecto de la gestión de la Marca, así como a los Enseñantes y Estudiantes de estas disciplinas.



MasterBrand Internacional
de Identidad, Estrategia
y Gestión de Marcas

joanCosta

Qué te aporta este Curso

Una experiencia profesional avanzada y unos conocimientos únicos en el mundo estratégico de las Marcas, en el momento actual en que las empresas quieren ser marcas y los productos quieren ser servicios. Son los signos de la era de la comunicación global.

Una concepción integradora

La Marca es el todo y las partes al mismo tiempo. Y ya no es posible gestionarla a trozos. Una marca sólo será sólida y sustentable si es concebida y gestionada de modo coherente con su identidad y posicionamiento, pero alineada con la identidad institucional y el posicionamiento corporativo.

Estos principios hacen que los conocimientos y habilidades que se adquieren en el MasterBrand para la gestión de la Marca en su conjunto favorezca la eficacia de las partes que la integran. E inversamente la gestión eficaz de cada una de sus partes refuerza el valor de la Marca.

Unos conocimientos y habilidades específicos

MasterBrand Internacional es el único posgrado completo, que abarca el proceso de la Marca de la A a la Z. De principio a fin. Con un conjunto de metodologías basadas en las últimas tendencias Oriente-Occidente. Ejercitarás tus dotes creativas e innovadoras. Conocerás nuevos métodos de investigación para las estrategias de Marcas y descubrirás el marketing estratégico marcario. Concebirás la Marca, la idea creativa y crearás el *naming* o marca verbal. Aplicarás métodos creativos y de medición y evaluación de marcas. Diseñarás los valores del Estilo y la Personalidad de la Marca. Crearás el sistema visual de su identidad y aplicarás los valores de la Marca a la “gran publicidad” y a través de la Dirección de Arte, el diseño de *packaging*, la Imagen ambiental en el Punto de Venta. Elaborarás y aplicarás el Manual de Gestión de la Marca en las cadenas de distribución. Descubrirás los secretos del branding internacional y la nueva gran tendencia de Marca Ciudad/Marca País. Finalmente, dominarás la comunicación de la marca en Internet y los medios digitales, así como los recursos integrales para la implantación y el control de la Imagen de Marca.

Plan de Estudios y Profesorado

MasterBrand Internacional tiene una duración de 11 meses. Y consta de 11 módulos a cargo de 11 profesores-tutores de primera línea.



MasterBrand Internacional
de Identidad, Estrategia
y Gestión de Marcas

joan costa

1. La Marca. Metodología y últimas tendencias

Concepción y comunicación integradas de la Marca como un todo. Significado y Funciones comunicativas de la marca. Adecuación y recordación. Últimas tendencias en la creación, estrategia y formalización de marcas. Culturas Oriente-Occidente en política de marcas. Metodología: *Herramientas para el Análisis Visual de Marcas*; *el Mapa de Marcas*; y *Perfil de valores psicológicos de la Imagen de Marca*. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof: Joan Costa

2. Investigaciones para estrategias de Marca

La importancia de escuchar a los públicos en la estrategia de branding. Tendencias actuales de los públicos y estilos de vida en relación a las marcas. El papel fundamental de la investigación de públicos. Enfoques en investigación de mercados y de branding. Aplicaciones típicas de la investigación de públicos. Técnicas de investigación aplicadas al branding. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof. Guillermo Bosovsky

3. Marketing Estratégico

Cuando el producto es la Marca. Construcción de la Marca: Análisis de los diferentes determinantes (factores internos y externos). Diagnóstico. Propuesta estratégica diferenciadora (posicionamiento de marca). Diseño del Plan Operativo de Actuación. Fundamentos del marketing de la comunicación. Análisis, desarrollo y aplicación del modelo "Los 4 niveles de la Marca: Cuerpo, Cara, Espejo y Alma". Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof. Andrés Barrabino

4. Naming: la Marca Verbal

Cómo se crean los nombres de marca. Este módulo enseña a desarrollar capacidades creativas y críticas para la creación de marcas verbales, conforme a los métodos utilizados actualmente en los gabinetes internacionales de *Naming*. Estas técnicas constituyen una nueva aportación a los programas de servicios de Creativos, Consultores y Diseñadores. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof. Ignasi Fontvila



MasterBrand Internacional
de Identidad, Estrategia
y Gestión de Marcas

joanCosta

5. La Imagen Mental de la Marca (Brand Personality)

Método *Brand Personality*. Cómo concebir y visualizar la “personalidad” de la marca o su Imagen Mental, antes de diseñar el signo gráfico o la marca visual. Este nuevo método sustituye los clásicos *briefs* basados en palabras haciendo visibles los valores y atributos de la imagen mental de marca. El método es participativo y el cliente, o la empresa, asisten a la génesis psicológica de la nueva Marca, o de ésta cuando deba ser reposicionada. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof. Daniel Raposo

6. La Marca Visual: forma y mensaje

Se aplica aquí el método desarrollado en el Módulo precedente, para la formalización del mensaje visual de la Marca. La psicología de la percepción en la base del diseño de Marcas. Logotipos y Símbolos. El lenguaje emocional del Color. Las diferentes tendencias marcarias. De la figuración a la abstracción. Diseño y rediseño en un mundo en cambio. La gestión del cambio. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof. Blas Subiela Hernández

7. El Manual de Identidad de la Marca

La importancia de la coherencia en la construcción de las marcas es decisiva. La multiplicación y la diversificación de los medios y soportes de comunicación requieren establecer normas precisas, tanto en su implantación como en su gestión comunicativa, que aseguren la constancia del mensaje marcario y la coherencia de sus manifestaciones. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof. María Ascensión Miralles González-Conde

8. El Punto de Venta y la Identidad de la Marca

Las redes de puntos de venta, los sistemas de franquicia y los espacios de exhibición y de servicio constituyen hoy un instrumento de primera magnitud, tanto para la presencia y la explotación de la Marca como para el desarrollo del negocio. Las marcas internacionales y las tiendas se reinventan para sorprender. Nuevos escenarios que permiten mayores innovaciones. La imagen del punto de venta es la imagen identitaria de la Marca. El lay out para la distribución de espacios, la presentación del producto, la señalización y el sistema de merchandising. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof. Iñigo Amézola



MasterBrand Internacional
de Identidad, Estrategia
y Gestión de Marcas

joanCosta

9. El Manual de Gestión de la Marca

Cómo gestionar eficazmente la Marca y su implantación en sus puntos de venta. Branding, Merchandising y sus técnicas en las cadenas de distribución. Posicionamiento y creación de valor de marca (*brand equity*). Gestión estratégica del conjunto de activos vinculados a la marca. Optimización de la presentación del producto. Lugares preferenciales. Incremento de la rotación. Estimulación de las compras por impulso. Fidelización a la Marca.

Prof. Miguel Ángel Nicolás Ojeda

10. Marca Ciudad / Marca País

Principios para la construcción de la identidad de Marca Ciudad / Marca País. El concepto de macromarca. Análisis de la estructura de la marca. Definición de los 4 “polos de deseo”. Calidad, gestión, información sobre servicios. Cultura turística, atención y construcción de vínculos. Dimensiones turísticas, experiencias emocionales y aspectos económicos de la Marca Ciudad / Marca País. Investigación y gestión comunicacional. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof. Albert Culleré

11. Las Marcas en Internet y la tecnología digital

Un nuevo medio de difusión, información interactiva y venta. Las claves para la construcción de marcas para organizaciones, servicios y productos sólo para Internet. El valor del diseño de marca en un medio visual como es Internet. Las marcas en Internet no funcionan como en los medios tradicionales. Desarrollo de modelos creativos propios para Internet y Redes Sociales. Manuales de Identidad específicamente para la tecnología digital interactiva. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

Prof. Roger Ortuño

- *Todos los profesores-tutores desarrollan funciones profesionales en empresas o son consultores internacionales y poseen amplia experiencia práctica y didáctica.*
- *La relación de los estudiantes con sus profesores-tutores es directa, muy interactiva y continuada. Los profesores-tutores responden a las dudas y consultas de los alumnos a lo largo del Master a través de la modalidad telepresencial con la plataforma virtual de la Universidad.*



MasterBrand Internacional
de Identidad, Estrategia
y Gestión de Marcas

joanCosta

- *La practicidad de los métodos del MasterBrand Internacional te permitirá aplicar al día a día de tu trabajo profesional los conocimientos que vas adquiriendo, de modo que te beneficiarás de inmediato de la eficacia y rentabilidad del Master.*

Matrícula

Importe 4.000 euros.

Plazas limitadas.

Reserva de Plazas

Cumplimentar el formulario de Reserva adjunto y remitirlo a:

Mercè Costa

Coordinadora

mercecostam@gmail.com

Nos veremos en el Master.

joanCosta