

Descripción

Este diplomado está diseñado para formar estrategias de marca, capaces de construir marcas sólidas, coherentes y competitivas desde una visión integral. El programa aborda el branding como un sistema estratégico, integrando investigación, ADN de marca, naming, identidad visual, lenguaje verbal y aplicaciones reales.

A lo largo de los 6 meses, el participante desarrollará una marca completa –real o simulada– aplicando criterios de posicionamiento premium, diferenciación, coherencia visual y narrativa de marca, con enfoque en mercados conscientes, saludables y de alto valor percibido.

Dirigido a

- Diseñadores gráficos y creativos que deseen ir más allá del diseño visual.
- Emprendedores que busquen crear o fortalecer marcas con base estratégica.
- Profesionales del marketing, comunicación y publicidad.
- Dueños de marcas o negocios que quieran estructurar su identidad de forma profesional.
- Personas interesadas en comprender el branding como herramienta de negocio.

Duración

- 5 meses
- Clases martes y jueves : Horario: 8:00 p. m. – 10:00 p. m.
- Modalidad teórico–práctica **virtual en vivo**
- Desarrollo progresivo de un proyecto de marca integral

Requisitos

- Conocimientos básicos de diseño, comunicación o negocios (no excluyente).
- Acceso a computadora e internet.
- Interés en construir marcas con enfoque estratégico y profesional.
- Disposición para análisis, investigación y desarrollo de proyectos reales.
- Compromiso con el proceso creativo y estratégico del diplomado.

MES 1 — FUNDAMENTOS DEL BRANDING

Módulo 1 Introducción al Branding Estratégico

¿Qué es branding y qué NO es branding?
Marca vs producto vs negocio
Branding como activo estratégico
Branding en mercados actuales

Módulo 2 Tipos de Marca & Análisis Estratégico

Tipos de marcas: corporativa, personal, comercial, digital
Marcas premium vs marcas masivas
Errores comunes en branding
Análisis de casos reales (buenos y malos)

Practica : Diagnóstico estratégico de una marca existente

MES 2 — ADN DE MARCA & POSICIONAMIENTO

Módulo 3 Construcción del ADN de Marca

Propósito, visión y valores
Promesa de marca
Rol de la marca en el mercado
Coherencia entre estrategia y comunicación

Módulo 4 Personalidad, Territorio & Posicionamiento

Personalidad de marca
Arquetipos
Territorio de marca
Posicionamiento estratégico
Diferenciación real en mercados saturados

Practica : Construcción del ADN completo de una marca

CONTENIDO TEMÁTICO

MES 3 — NAMING & IDENTIDAD VERBAL

Módulo 5 Naming Estratégico

Tipos de naming (descriptivo, evocativo, simbólico, abstracto)
Naming con significado y metáfora
Naming premium vs naming genérico
Criterios de validación estratégica

Módulo 6 Lenguaje & Storytelling de Marca

Storytelling de marca
Tono de voz
Personalidad verbal
Mensajes clave
Creación de slogan

Practica : Propuesta de naming + storytelling de marca

MES 4 — IDENTIDAD VISUAL & SISTEMA GRÁFICO

Módulo 7 Conceptualización Visual de Marca

Traducción del ADN a lo visual
Concepto visual y narrativa gráfica
Análisis de referencias
Coherencia estratégica-visual

Módulo 8 Diseño de Identidad Visual

Logotipo: concepto, estructura y versiones
Color, tipografía y retícula
Sistema visual aplicado (no solo logo)
Errores comunes en identidad visual

Practica : Diseño de identidad visual completa

CONTENIDO TEMÁTICO

MES 5 – BRANDING APLICADO & EXPERIENCIA

Módulo 9 Branding Aplicado & Touchpoints

Branding en redes sociales
Branding en packaging
Branding en web y entornos digitales
Branding interno (presentaciones y RRHH)

Módulo 10 Experiencia & Coherencia de Marca

Brand Experience
Experiencia del usuario aplicada a marca
Coherencia visual y estratégica
Control de percepción de marca

Practica : Aplicación de la marca en distintos soportes

MES 6 – BRANDING COMO SISTEMA & GESTIÓN

Módulo 11 Sistema de Marca & Escalabilidad

Marca como sistema
Manual de marca estratégico
Branding para crecimiento
Escalabilidad y consistencia

Módulo 12 Gestión, Rebranding & Presentación

Gestión de marca en el tiempo
Rebranding: cuándo y cómo hacerlo
Preparación de presentación profesional
Argumentación estratégica ante cliente

Proyecto Final : Desarrollo completo de una marca real o simulada

CONTENIDO TEMÁTICO

PAGO ÚNICO

S/. 1200

5 cuotas de

S/. 245

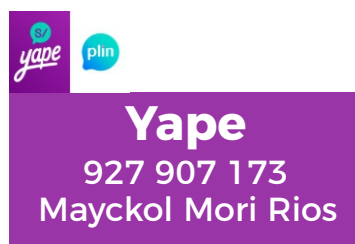
MÉTODOS DE PAGO

INTERBANK

Cuenta Corriente
200-3007308360.

(CCI) : 003-200-003007308360-39

Titular : ZAITEX INSTITUTO DE ARTE Y DISEÑO S.A.C



INVERSIÓN