

Máster en
Branding

by **Morillas**



**LCI
Barcelona**

The World is
Your Classroom

MÁSTER EN BRANDING

by **Morillas**

- Titulación: Máster en Branding (cotitulado con la Universidad San Jorge)
- Créditos: 60 ECTS
- Duración: 1 año académico
- Fecha de inicio: Octubre
- Idioma: Español o inglés
- Modalidad: Presencial
- Tasa de cotitulación: 475€



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 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.

Perfil del alumno

Este máster está dirigido a personas que quieran especializarse en la creación y diseño de marcas, ya sea en su definición estratégica, su concreción gráfica a través del diseño o su activación a través de la comunicación. La metodología del programa alterna clases teóricas con una importante parte práctica y ofrece un acercamiento desde diferentes áreas del mundo del management, el diseño gráfico y la comunicación visual.

Realizarás un completo trabajo final de construcción de marca alternado con proyectos independientes de las diferentes asignaturas que conforman el máster. Todo ello para que, al acabar, hayas conseguido un portafolio variado y solvente.

El máster está dirigido a graduados en diseño, marketing, publicidad y disciplinas afines a la comunicación, además de a profesionales con experiencia en estos sectores.

Salidas profesionales

- Diseñador gráfico, director de arte o director creativo especializado en branding
- Especialista en identidad visual de marca
- Producción gráfica
- Diseñador de estrategia y marca
- Brand strategist
- Brand manager
- Especialista en branding digital
- Project manager
- Gestión y comunicación de la identidad
- Gestión de formatos y canales de comunicación

Estructura

El máster consta de tres grandes bloques. En el primero, centrado en la inmersión y la definición estratégica, sentaremos unas bases sólidas estudiando el contexto, el sector y los competidores para detectar las mejores opciones y oportunidades de desarrollo para la marca.

En el segundo bloque trabajaremos la expresión visual y, a través de las herramientas del diseño, seremos capaces de transmitir significados y materializar una imagen que sea coherente con su definición y seduzca a sus públicos.

Por último tenemos un tercer bloque experiencial en el que, desde el ámbito de la comunicación, la innovación y la sostenibilidad, definiremos todas aquellas acciones que ayuden a conectar con los usuarios para generar una sólida interacción con la marca.

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-simbolismo 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 DE MARCA

ASIGNATURAS

- **Identidad visual de marca**

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

- **Normalización de marca**

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.

- **Marca en movimiento**

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.

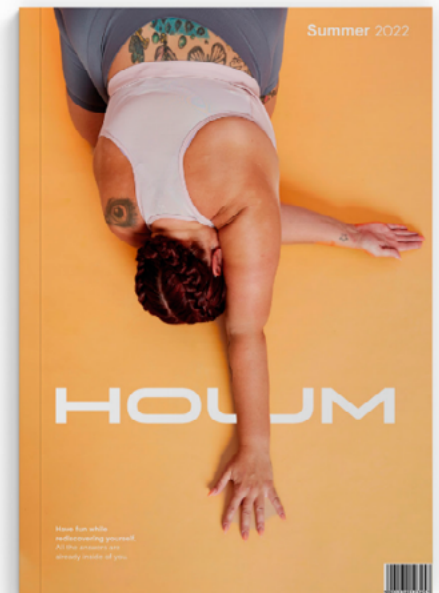
- › Dotar a los alumnos del criterio para crear un proyecto de identidad visual sólido y coherente

- › 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.

PLAN DE ESTUDIOS



MÓDULO III EXPERIENCIA DE MARCA

ASIGNATURAS

• Brand Experience and Design

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

• Branding 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.

PLAN DE ESTUDIOS

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Este proyecto supone la concreción de todos los conocimientos adquiridos durante el máster. La finalidad será la construcción de una marca pasando por todo el proceso del branding, desde la investigación y la definición estratégica hasta su implementación.

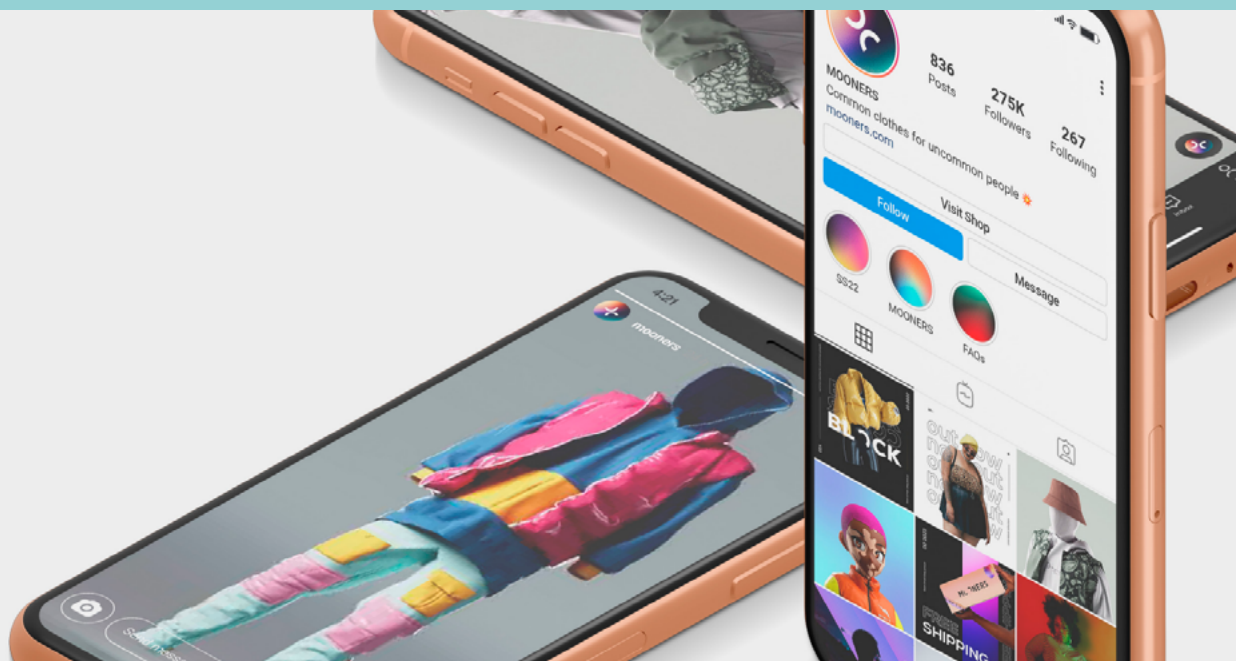
El trabajo final se estructura en dos bloques:

Un primer bloque de estrategia en el que definiremos la plataforma de marca, el relato de marca y la identidad verbal a partir de los aprendizajes realizados en la inmersión previa y las sesiones de tutorías dirigidas.

Un segundo bloque en el que, a través de las herramientas del diseño gráfico, la dirección de arte y la comunicación, definiremos la identidad visual de la nueva marca, concretando así el planteamiento estratégico de la fase anterior. La declinación de esta identidad se representará en un conjunto de aplicaciones vinculadas a la temática del sector definido, en sus medios de comunicación offline y online y en su capacidad de generar interacción con sus usuarios.

La metodología está planteada como un proceso de trabajo basado en el desarrollo del proyecto de manera autónoma, con su correspondiente seguimiento, corrección y resolución de dudas con horas sincrónicas de tutoría y horas de trabajo dirigido. La presentación final comporta la exposición del proyecto.

PRÁCTICAS EN EMPRESA (OPCIONALES)



DIRECTORES DEL MÁSTER



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.

Es el Chief Creative Officer de Morillas.



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.

Es la Chief Strategy Officer de Morillas.

Morillas

Es una agencia creativa independiente. Una amalgama de perfiles y habilidades agrupadas en las disciplinas de la cultura, la gestión, la estrategia, el diseño y la innovación. A través de ellas capturan el potencial de las marcas y lo desarrollan para incrementar su crecimiento empresarial. Contribuyen a crear un mañana más significativo ayudando a los líderes a visualizar, crear y desarrollar su futuro potencial y transformando ideas en estrategias de negocio y de marca ganadoras. Retan a quienes toman las decisiones para construir un amplio espectro de soluciones de negocio y de marca, ya sea con una identidad innovadora, una historia hipnotizadora o un ambicioso algoritmo. Todo ello perfectamente conectado con una estrategia pensada de manera específica para el negocio.

La disrupción y la exploración continua guiaron la obra de su fundador, Antoni Morillas, y siguen siendo el motor de su innovación. Su espíritu sigue presente en el esfuerzo por hacer prosperar a las empresas a través de la creatividad. Con una amplia experiencia de más de 60 años en el sector del diseño gráfico y la consultoría de marca, han trabajado para grandes marcas de diferentes industrias tanto de ámbito nacional como internacional. Con presencia en España y Latinoamérica, destacan por su enfoque colaborativo, su gran volumen de proyectos multidisciplinares y su sentimiento de equipo. El deseo por alcanzar la excelencia les ha permitido permanecer independientes para seguir creando proyectos extraordinarios.



PROFESORES

AGNÈS MORA
MORILLAS.COM

ÀLEX GOBERN
MORILLAS.COM

ANNA FORNELLS
MORILLAS.COM

CLARA AGUILAR
MORILLAS.COM

CRISTINA FORMOSA
MORILLAS.COM

EVA CONESA
TWOELF.EU

GEMMA ÁLVAREZ RIEDWEG
WYLMABLEIN.COM

JORDI HUAMAN
HUAMANSTUDIO.COM

JORGE ALAVEDRA
GRANDE.IS

LLUÍS SALLÉS
LLUISSALLES DIEGO.COM

MARC MORILLAS
MORILLAS.COM

MARC SALINAS
WETRAPHIC.COM

OSCAR ARENAS
MORILLAS.COM

PAU DALMAU
MORILLAS.COM

PEP PRIOR
COMODOSCREEN.COM

PEP TRIAS
MORILLAS.COM

RAUL CRUZ
VYSION360.COM

RAQUEL GELLA

INVITADOS ESPECIALES

MARC CATALÀ
CREATIVE DIRECTOR EN MUCHO
WEAREMUCHO.COM

ALEIX SATORRAS
CREATIVE DIRECTOR EN EVIL LOVE
EVILLOVE.COM

JOSEP MARIA MIR
CREATIVE DIRECTOR EN SUMMA
SUMMA.ES/



+34 93 237 27 40
admisiones@lcibarcelona.com
www.lcibarcelona.com

Centro Autorizado (Código 08058398)

