



Design bridge
and partners

Máster de Formación Permanente **Branding:** Creación y Gestión de Marca

Con el aval académico de la Universidad Complutense de Madrid
y la garantía práctica y profesional de Design Bridge and Partners

¿Quieres especializarte en **marca**?

Comprende el mundo del branding desde una perspectiva global e integral. Participa en él, entra en contacto directo con marcas icónicas y conoce a sus protagonistas de la mano de Design Bridge and Partners, consultora global referente en la industria.

Información básica

Titulación UCM

Máster de Formación Permanente.
Título propio en Branding: Creación
y Gestión de Marcas. (60 ECTS)

Precio

4890€ Opción de pago único o
fraccionado en 2 partes iguales.

Periodo lectivo

Octubre - Mayo

Formato

100% presencial

Prácticas extracurriculares

Posibilidad de realizar convenio de
prácticas con la Universidad siendo
éstas no obligatorias para la realización
y superación del máster.

TFM obligatorio

Consiste en el desarrollo de un Trabajo
de Fin de Máster de tema libre y
carácter individual. Tutorizado por un
profesor/especialista en el tema elegido.

Beca de colaboración

Posibilidad de optar a beca de
colaboración del 100% de la matrícula.
No es compatible con la beca MEC.

¿A quién va dirigido?

Dirigido a graduados y profesionales
que quieran especializarse en
estrategia, diseño y gestión de marcas,
un perfil altamente valorado y
demandado por el mercado actual.

Se valora una formación previa en el
ámbito de la Comunicación, Marketing,
ADE, Periodismo, Publicidad, RRPP y
otras ramas de conocimiento afines.

Programa académico

Los principales bloques de contenido incluyen actividades prácticas grupales y se complementan con masterclasses durante el curso.

01. Introducción

Qué es hoy una marca. Fundamentos de branding. Branding corporativo y de producto. Marcas globales. El sector del branding, situación actual, contexto local e internacional. Tendencias. Consultoras de branding. Branding y negocio.

02. Análisis e investigación

Metodologías y herramientas. Diagnósticos y auditorías de marca. Sistemas de Valoración de marca. Métricas de branding. Investigación cualitativa y cuantitativa. Casos prácticos. Gestión de Intangibles. Definición y medición de KPI's.

03. Estrategia de marca

Definición de territorios estratégicos. Propósito. Propuesta de valor. Esencia. Posicionamiento. Valores de marca. Personalidad de marca. Employee Value Proposition. Branding de producto. Arquitectura de marca. Sostenibilidad.

04. Identidad verbal

Creación de Naming. Desarrollo de tono de voz y mensajes clave. Tagline. Narrativa corporativa. Registro y protección de marcas.

05. Identidad visual

Territorios creativos. Conceptualización. Sistemas visuales. Creación y evolución de marcas. Brand Assets. Motion Graphics. Manuales de marca. Espacios de marca corporativos. Retail.

06. Gestión de marca

Planes de implantación interna y externa. Lanzamientos internos y externos. Brand Guardianship. Creación y gestión de Brand Centers. Gobierno de marca. Cuadros de mandos. Internacionalización de marca. Modelos de gestión de marcas corporativas y producto.

07. Casos prácticos

Presentación de proyectos de creación, desarrollo y gestión de marca de la mano de directivos responsables de la gestión de marcas nacionales e internacionales. Planteamiento de un caso a resolver que se trabaja por grupos y se presenta al responsable correspondiente.

Equipo directivo y docente



Luis Felipe Solano
Director del Master /
Universidad Complutense



Pilar Domingo
Co-directora del master /
Design Bridge and Partners WPP



María Lara
Head of Strategy



Beatriz González
Senior Strategy Consultant



Cristina Honorato
Consultant



Chema León
Executive Creative Director



Emilio Jimenez
Creative Director



Javier Leal
Design Director



Francesc Moretó
Design Director



Aurea Galindo
Executive Client Director



Clara Cornago
Client Director



Cristina del Corro
Client Director

Objetivos y evaluación

Objetivos del Máster:

- Profundizar en el rol de las marcas como activo estratégico intangible para el crecimiento y valor de las empresas.
- Dar a conocer la realidad más actualizada de la disciplina en España, las oportunidades de desarrollo y el potencial profesional.
- Conectar con el entorno laboral desde una visión real, profesional y de alto nivel del sector, a través de los responsables de las marcas líderes del mercado.
- Desarrollar las habilidades y competencias propias de la profesión con una perspectiva estratégica y muy práctica.

Evaluación. La nota final es resultado de:

- Trabajos prácticos en grupos e individuales.
- Asistencia y participación.
- Examen final.
- Trabajo Fin de Máster (TFM).

Contacto

Duración y horarios:

Octubre – Mayo
De lunes a jueves De 19:00 a 21:30 H.

Facultad Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid

Metro: Ciudad Universitaria (Línea 6).
Autobuses: G, U, 82, 132.

Más información y dudas:

913 942 289
masterbrandingdesignbridge.com
master.branding@ucm.es
madrid@ designbridge.com

Instagram 
@ brandingucm

LinkedIn 
<https://es.linkedin.com/company/masterbrandingucm>