Universidad del Desarrollo
Facultad de Diseño

PROGRAMA DIPLOMADO ONLINE

DB BRANDING ESTRATÉGICO PARA LA NUEVA ECONOMÍA

desde el **16 MAY** — hasta el **12 NOV** | **2022**

horario LUNES & MIÉRCOLES **18:30 Hrs** — **21:30 Hrs**

horario SÁBADO **09:00 Hrs** — **12:00 Hrs**

LifelongLearning **UDD**
El valor de la formación sin límites

RESUMEN

Vivimos en nuevos tiempos

Hoy, no basta decir que somos buenos, debemos serlo de verdad y nuestros usuarios deben aprobar esa idea.

Calidad, confiabilidad y transparencia son los valores fundamentales para las marcas. Honestidad y autenticidad son particularmente importantes para el público más joven, y el impacto ambiental y social de los productos que compramos son determinantes para la elección.

Dos tercios de las personas sienten que las empresas son tan responsables como los gobiernos de impulsar un cambio positivo.

Son tiempos desafiantes, pero también tiempos de oportunidades únicas para reconstruir lo que somos, como entregamos productos y servicios que generen experiencias mas humanas, aportando a resolver nuestras necesidades colectivas.

Durante más de 20 años, nuestro instinto “Silicon Valley” nos ha ayudado a resolver los desafíos tanto para grandes como para pequeñas compañías; instinto que se ha afinado con precisión a través de herramientas y métodos para detectar las oportunidades de cambio rápido y disrupción, implementando soluciones de impacto. No solo ideas, no solo estrategia, no solo diseño, sino que la suma y cruce de todas las anteriores: el branding para la nueva economía.

El primer **Diploma en Branding para la nueva econonomía** en el que podrás aprender el modo que ha hecho de Silicon Valley la cuna de las empresas más innovadoras del último tiempo, conectando a través de herramientas y procesos únicos: estrategia y creatividad sumado a tecnología y humanidad.

El programa surge como una colaboración entre la Facultad de Diseño UDD y Liquid Latam, una de las oficinas Branding más importantes de Silicon Valley y la región.

DIRIGIDO A

El Diplomado en Branding para la nueva Economía está orientado a profesionales que se desenvuelven en el mundo de los negocios y el diseño, ya sea como encargados de gestionar marcas o bien como responsables de crearlas. Profesionales que buscan herramientas para impulsar su profesión y/o negocios, desarrollando su labor profesional en los campos de project management, product management, diseño, consultoría, asesoría, recursos humanos, comunicaciones y publicidad para compañías de diversas áreas y tamaño, desde startups a corporaciones y tanto B2B como B2C.

Esta es una invitación para personas y empresas que buscan herramientas que promuevan sus carreras, potencien a sus equipos e impulsen su negocio.

“El 71% de los usuarios y el 94% de los líderes de compañías están de acuerdo en que las organizaciones de hoy comparten el compromiso de crear una economía que sirva a todos, no solo a quienes se benefician financieramente.”

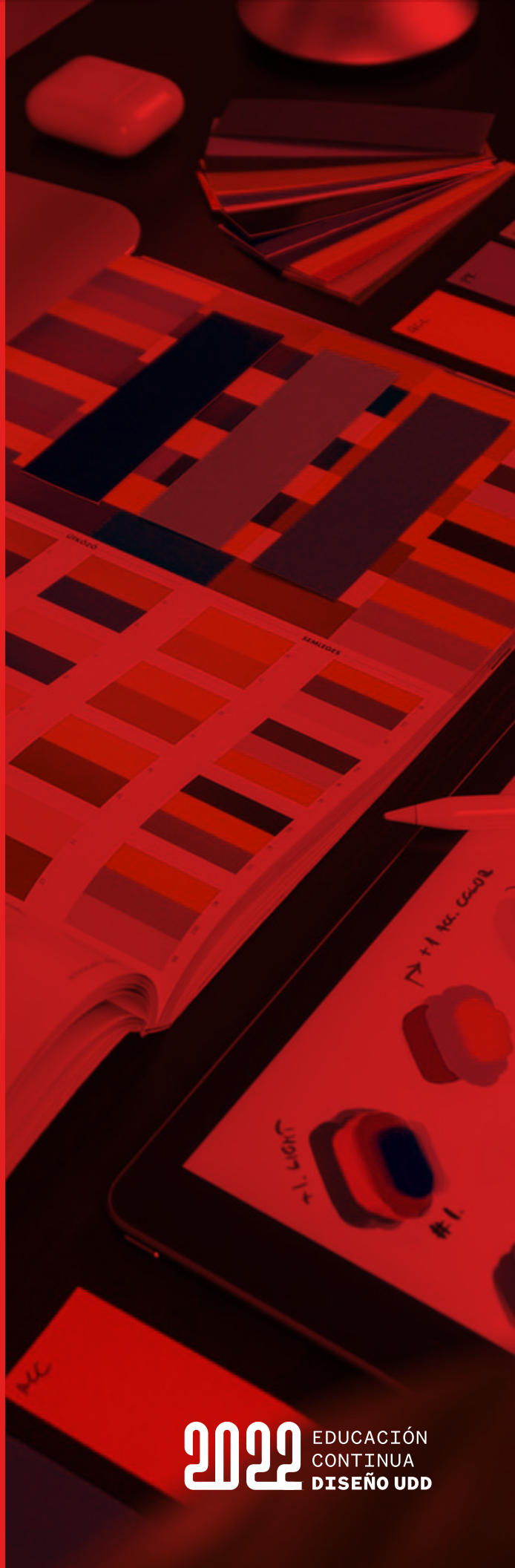
PWC, CONSUMER INTELLIGENCE SURVEY. APRIL 2020

OBJETIVO GENERAL

Formar profesionales capaces de desarrollar y gestionar estratégicamente una marca, comprendiendo las distintas etapas del ciclo de vida de una marca y transformándolo en un sistema cultural, logrando expresarla en una experiencia consistente y en cada punto de contacto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender la relación entre branding, estrategia y negocios desde el Design Thinking y la innovación.
- Instalar herramientas y técnicas de investigación, levantamiento de insight y tendencias clave para el desarrollo de marcas.
- Instalar capacidades para generar y conceptualizar ideas, mediante las distintas herramientas del Design Thinking y el Silicon Valley Method, enfocados en los 5 módulos del diplomado: estrategia, cultura corporativa, experiencia y servicios, marketing y expresión.
- Conectar estrategia con ejecución mediante herramientas de prototipado y colaboración ágil entre personas y equipos.
- Trabajar en tu compañía o proyecto personal aplicando todos los conocimientos en tiempo real.



2022 EDUCACIÓN CONTINUA DISEÑO UDD

CONTENIDOS

El **Diplomado de Branding Estratégico para la nueva economía** está organizado en cinco bloques que forman la base de la transformación del negocio. En cada uno de estos módulos aprenderás la teoría, las herramientas prácticas y metodologías necesarias para incorporar a tu trabajo. Estos módulos forman los cimientos de cómo se gesta y orquesta una organización exitosa, y de cómo se activa su valor.

132 HORAS TOTALES | **ONLINE + ACTIVIDADES PRESENCIALES**

2022 EDUCACIÓN CONTINUA DISEÑO UDD

UNIDAD 1

ESTRATEGIA DE MARCA E INNOVACIÓN

Este módulo se orienta a entregar un completo conocimiento, tanto teórico como práctico, de una estrategia de marca desde el diseño y la innovación.

Una estrategia de marca proporciona dirección, propósito y significado para la marca. Es central para la visión estratégica de la organización y un potente driver de valor. La estrategia, por otra parte, es diseño porque crea un futuro deseable que resuelve un desafío o genera una oportunidad, que conecta necesidades, aspiraciones o intereses con un ecosistema de solución. La estrategia implica siempre un cambio, porque establece un camino de transformación entre la realidad actual y una visión de futuro.

1.1. Research

- Research Methods
- Insight Workshop

1.2. Estrategia e innovación para los nuevos desafíos

- Innovación en el mundo del negocio
- Strategy & Business innovation
- Diseño como Agente de Transformación

1.3. ROI/El valor del Branding en los negocios: midiendo el valor de la marca

1.4. Silicon Valley Method

- Silicon Valley Method & Estrategia Ágil
- Propósitos compartidos que crean éxito compartido
- Brand Platform
- Arquetipos de Marca

1.5. De la estrategia a la ejecución

- Iniciativas y actividades clave

UNIDAD 2

CULTURA DE MARCA

Este módulo enseña cómo construir de manera colaborativa una cultura de marca potente y alineada a la estrategia de la misma a través de los distintos ejes que articulan la identidad de una nueva cultura en acción.

En un mundo cambiante se requieren organizaciones ágiles y capacidad adaptativa. En este sentido, la cultura se puede convertir en la principal ventaja competitiva, o el principal obstáculo, para que las organizaciones alcancen su potencial. Desarrollar una organización viva, adaptable e inteligente, es posible si se articulan una serie de principios para guiar decisiones en tiempo real frente a situaciones emergentes.

2.1. Internal Branding

- Atraer y retener talentos en época de cambio

2.2. Brand Culture

- Brand Culture
- Arquetipos de Cultura

2.3. Liderazgo para los nuevos tiempos

- Un nuevo liderazgo
- Metaskills

2.4. Team Building

- Team Building
- Principios guía / Los valores reemplazan los procesos

UNIDAD 3

EXPERIENCIA DE MARCA

Este módulo busca generar un entendimiento del Brand Experience, entendiendo conceptos, proceso y aplicación de herramientas. Conectando la estrategia de marca con la disciplina del Diseño de Servicios. Basado en el pensamiento de diseño, emplearemos un enfoque holístico para entregar servicios controlados a través de los múltiples canales y puntos de contacto en el tiempo, centrado en un concepto central, nuestro concepto de experiencia.

La experiencia, es donde cobra vida la marca, Los canales y los puntos de contacto son las partes y piezas que crean el espacio para que una marca se exprese y para que los clientes interactúen con ella. Es donde podemos sentir una marca y dónde nos relacionamos física y emocionalmente con ella. Por lo general, los puntos de contacto de una marca se desarrollan y gestionan a través de silos internos, cada uno con objetivos e incentivos únicos. Esto crea una experiencia desarticulada para tus clientes y hace que se pierdan oportunidades para promover las relaciones que llevan a un vínculo más profundo.

Porque la marca vive en la experiencia.

3.1. Dar vida a la Marca

- Experiencia de Marca

3.2. Big Bang Workshop

- Brand Touchpoints: Construyendo una experiencia omnicanal consistente y coherente tanto física como digitalmente (Branching)

3.3. Transformar la definiciones de marca en experiencia

- Arquetipos de Experiencia

3.4. Concepto de experiencia / Un concepto que permita vivir la Marca

- Concepto de experiencia
- Diseñando el viaje de marca: Viaje actual - viaje aspirado

3.5. Diseñando el viaje de la Marca

- Vida de Marca

3.6. Herramientas de prototipado

- Herramientas de Prototipado para experiencia

UNIDAD 4

EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN DE MARCA

Este módulo tiene como objetivo entregar conocimientos sobre los principales elementos que conforman la expresión de una marca y como estos deben dar vida a la estrategia. Aprenderemos cómo crear un sistema de marca único y coherente con las definiciones estratégicas de nuestra organización.

El marketing se movió desde las características del producto a cómo hacer sentir a las personas. Estamos en una economía del significado, por ende no basta con contar buenas historias, éstas deben estar basadas en hechos reales, debemos ser, luego parecer.

4.1. El poder de la belleza en la nueva era de los negocios

- Negocios increíblemente bellos - Estética, belleza y conceptos básicos del diseño

4.2. Brand Expression / darle vida a la estrategia

- Brand Expression

4.3. Storytelling

- Brand Storytelling

4.4. Brand Touchpoints

- Packaging
- Ambientes y Espacios de Marca
- Producto - Decisiones de marca y estrategia con respecto al tipo de productos que diseñamos
- Vida Digital

4.5. Brand Communications

- Brand Communications Strategy
- The flywheel effect, Marketing para la era de la transformación
- Inbound marketing, Transformando tus definiciones estratégicas en tu campaña de social media

UNIDAD 5

PROJECT MANAGMENT

En este módulo enseña a dirigir y conducir un proyecto de Marca, tanto interna como externamente, articulando estrategia, facilitación de talleres, liderazgo y gestión de equipos, así como la relación con clientes.

Gestionar, tanto el proceso como la marca, es esencial para el éxito de la construcción de marca. Una tarea silenciosa y que muchas veces terminamos resolviendo de manera intuitiva. En este módulo aprenderemos a gestionar la relación y desarrollo de los clientes a través de la gestión de proyectos y diseño de estrategia, asegurando el cumplimiento de la promesa en calidad y tiempo.

5.1. El diseño como herramienta de transformación

- Cultura de Transformación
- Design thinking / Design Driven Companies / Index method

5.2. Talleres y Workshop

- Facilitación de Talleres y Workshop
- Swarm workshop Method

5.3. Herramientas y método para la gestión de proyectos

- Herramientas y metodología para la gestión de proyectos
- Presentaciones asombrosas
- Preparación de propuestas

5.4. Liderazgo y manejo de equipos

- Liderazgo y manejo de equipos

METODOLOGÍA

Hemos ajustado el proceso de aprendizaje a los tiempos y requerimientos de la vida actual de nuestros alumnos, combinando material audiovisual, clases asincrónicas, clases presenciales y workshops.

MATERIAL DE REVISIÓN ASINCRÓNICA

CLASES HÍBRIDAS
Online Sincrónicas + 5 sesiones presenciales.

WORKSHOP COLABORATIVOS

TRABAJO EN EQUIPO

EQUIPO DOCENTE

CRISTIÁN MONTEGU

JEFE DE PROGRAMA

Cristián es socio fundador y Presidente de Liquid Latam. Responsable de conducir la operación en Chile y la región, además de definir los estándares estratégicos y creativos. Fue Presidente de la Asociación Chilediseño; es Miembro del Consejo Bienal, profesor de la Universidad Adolfo Ibañez y Universidad del Desarrollo y ha sido miembro del Consejo Asesor de Diseño de la Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile.

Es relator de talleres e invitado para hablar sobre Branding, Design Thinking, innovación, modelos de negocio, cultura de innovación y Service design, destacando entre estos su participación para el Ministerio de Economía de Chile, Icare, Sofofa, Pro Chile, Corfo, Common Pitch, Fiis: Festival Internacional de Innovación Social e importantes empresas y Universidades en la región.

PAULA WUTH

Directora de Experiencia y Estrategia en New. Consultora colaboradora en Liquid Latam. Académica de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile (UC), donde realiza docencia en pregrado y postgrado, investigación aplicada y asesorías. Docente del MBA UC y del Magister en Diseño Avanzado MADA UC. Su ejercicio profesional y académico, se centra en Diseño de Servicios, Design-Driven Innovation, y Estrategia. Ingeniera Comercial UC y Diseñadora UC.

ALINE ARCIL

Ingeniera comercial, Líder de cultura y trabajo del mañana en Walmart Chile. Trabaja sobre el desafío de diseñar el modelo de trabajo y estrategia de cultura de la organización. Lidera mesas multidisciplinarias en donde, de forma colaborativa, se diseñan iniciativas orientadas a entregar una experiencia de impacto para los colaboradores. Apasionada en cada uno de sus proyectos, intenta dejar huella en quienes lidera. Organizada y curiosa, sus intereses están relacionados a las temáticas del marketing, diseño, UX, temáticas como la agilidad y la facilitación de espacios-dinámicas para el desarrollo de proyectos.

JOSÉ LUIS VALDÉS

Diseñador gráfico de profesión, actual Director de Diseño en Liquid Latam. Su manejo de marcas y amplio dominio estético lo convierten en un diseñador versátil de gran sensibilidad. Algo que define su perfil profesional es la búsqueda constante desde la innovación y la frescura visual, hasta las reflexiones críticas y profundas. Como Design Director logra transitar entre el diseño más académico y la vanguardia artística.

El espíritu curioso y un ojo tenso determinan su forma de enfrentar los proyectos y los problemas de diseño. La búsqueda constante de la belleza es el motor que conduce a este diseñador gráfico hacia las soluciones más allá de la respuesta funcional, y son estas experiencias las que se quieren traspasar a través de un viaje académico compartido. Articular una nueva perspectiva, poco imaginada, pero precisa y siempre certera.

COLABORACIÓN

LIQUID LATAM

Consultora de diseño dedicada a construir y transformar organizaciones en marcas significativas. Utilizando metodologías y herramientas que hicieron de Silicon Valley lo que es, cuna de la innovación y emprendimiento en el mundo, apoyan a las compañías en el desarrollo de sus definiciones estratégicas hasta el diseño del último punto de contacto mediante el cual interactúan con las personas.

https://www.liquidlatam.co/

Universidad del Desarrollo
Facultad de Diseño

REQUISITOS DE APROBACIÓN

Asistencia **mínima del 75%** de cada unidad.
Nota final **sobre 4.0** en cada unidad.

INFORMACIÓN GENERAL

CLASES

· Inicio: Lunes 16 de mayo 2022.
· Término: Sábado 12 de noviembre 2022.
· Horario: Lunes y miércoles de 18:30 a 21:30 hrs.
Sábado de 09:00 hrs a 12:00 hrs. (Hora Chile).

DESCUENTOS

· 25% Alumni UDD Pregrado y Postgrado.
· 20% Club de Innovación y AdD.
· 15% Chile Diseño y Caja Los Andes.

MODALIDAD

HÍbrida: Clases Online + sesiones presenciales.

VALOR

Matrícula: **$150.000 CLP**
Arancel: **$1.650.000 CLP**

CONTACTO

postgradodiseno@udd.cl · +56 9 4812 9715

DECIDE
DESARROLLA
IMPACTA

LifelongLearning **UDD**
El valor de la formación sin límites

6 AÑOS
Comisión Nacional de Acreditación Chile
Universidad del Desarrollo
ACREDITADA EN TODAS LAS ÁREAS
NIVEL DE EXCELENCIA
Diciembre 2021 - Diciembre 2027
Gestión Institucional · Docencia de Pregrado
Vinculación con el Medio · Investigación · Docencia de Postgrado