

Nombre del curso o taller:	Branding	
Ponente(s):	Carmen Araceli De Jesus Lima Fernanda Torres Flores	
Duración.	15 horas	
Propuesta de días y horarios:	Desde el Lunes 17 de Junio hasta el Viernes 21 de Junio. Horario de: 1:30pm - 4:30pm	
Modalidad: Presencial (X) A distancia () Mixta () En de mixto o a distancia especificar la plataforma a emplear:	Objetivo general:	El objetivo general de este curso es guiar a los alumnos en la creación de una marca y en el desarrollo del branding. Utilizaremos los conocimientos adquiridos a lo largo de los semestres y compartiremos nuestras experiencias personales, destacando los detalles más relevantes que van más allá de la teoría impartida en clase. Fomentaremos un ambiente de empatía y comodidad para facilitar el aprendizaje, todo esto con el propósito de que los alumnos puedan adquirir y consolidar los conocimientos prácticos y teóricos necesarios para crear una marca sólida y efectiva, desarrollando habilidades que les permitan sobresalir en el campo del branding.
	Objetivos Específicos:	
	1. Conocer los tipos de marcas 2. Comprender los Fundamentos del Branding 3. Crear y diseñar una identidad visual coherente y funcional. 4. Aplicar técnicas de comunicación efectivas para promocionar la marca. 5. Creación de un Kit de marca adecuado a las necesidades de un cliente.	

	Temas y subtemas
1	Cómo empezar a diseñar mi marca o la de mi cliente
2	Construcción de Marca, creación de un estilo de marca digital con retícula.
3	Brief de Comunicación, ¿Qué es un Brief?
4	Primer acercamiento a tu cliente

5	Identidad Gráfica, Clasificación.
6	Identidad visual de tu marca,(Qué debe de tener tu paquete de kit de marca o el de tu cliente)
7	Cotización y Producción, Como cotizar desde mi experiencia, Y producción de dummies.
8	Aplicación en el ámbito laboral, cómo entregar un kit de marca a un cliente. (archivos, formatos, documentos, presentación)

Actividades y evaluación

Elaboración de una marca con naming creado por ellos mismos, que cuente con un desarrollo de branding por escrito de los componentes más importantes de la marca. (Brief), impresión en un tamaño tabloide con los colores de la marca, mockups y variaciones.
Creación del Kit de marca digital de un cliente (compañero del curso seleccionado como pareja)

Criterios generales para observar el aprendizaje adquirido:

- Retroalimentación: Capacidad para participar y darle retroalimentación de forma respetuosa a los compañeros del curso sobre las mejoras de su proyecto.
- Proyectos y Presentaciones: Calidad, creatividad y coherencia de los proyectos y presentaciones realizadas.
- Aplicación Práctica: Capacidad para aplicar los conocimientos en el trabajo final impreso.
- Evaluar la precisión del análisis del kit de marca realizado por tu compañero, y determinar su grado de cercanía con la realidad.

Material / equipo necesarios

Computadoras con Adobe Illustrator, InDesign y Photoshop (máximo 15 personas)
Pantalla para presentar diapositivas
Impresión en tamaño Tabloide papel bond (final del curso)