



BRAND EXPERIENCE: Construyendo la experiencia de marca

INICIO: 29 DE MARZO



La experiencia de marca se basa en la sensación placentera que siente un consumidor cuando queda expuesto a la misma. Es el momento en el que adquiere un compromiso emocional con dicha marca, algo que le acerca a la decisión de compra, algo único y particular.

Las personas vivimos en constante interacción con las marcas: tomar café en un bar, hacer las compras o navegar por Internet. La *brand experience* son las percepciones, sensaciones, emociones y sentimientos que nos despierta la alusión a las mismas y forjarán la imagen que tendremos sobre ellas.

Vivimos rodeados de diseño y todo a nuestro alrededor está diseñado para provocar emociones. El "*look and feel*" está presente en gran parte de la economía y el comercio, así como también en nuestra apariencia personal.

Hoy, los consumidores demandan mejor diseño y la *brand experience* responde a esa necesidad.

COMPETENCIAS

- El alumno será capaz de desarrollar una marca desde cero, haciéndola mas llamativa. Gestionará un producto trabajando su crecimiento de forma coherente, determinando el factor representativo y diferenciador.
- Aprenderá a potenciar un negocio y/o diseñar una estrategia de venta, para poder analizar marcas y determinar los factores indispensables que llevan al éxito.
- Aprenderá las tendencias para seguir creciendo en la actualidad, obteniendo una visión del negocio desde una perspectiva globalizada.

DIRIGIDO A

Artistas, diseñadores, decoradores, arquitectos, profesionales del marketing y comunicación, responsables de marca o producto, encargados de trade marketing, emprendedores y personas interesadas en desarrollar – desde el concepto – proyectos de experiencia de marca.

CONTENIDOS

■ El Branding: conceptos y procesos

Sesión introductoria a conceptos como *branding*, identidad y cliente. Se brinda una perspectiva de los procesos de construcción de marcas, *branding* y disciplinas relacionadas.

Dinámica: Asignación de proyectos

■ Investigación y análisis del cliente

Se plantean los objetivos de una marca y una propuesta de investigación para el *benchmarking*. Se analizan componentes como la marca, el consumidor y la competencia. Se aprenden los conceptos de *costumer journey* y *naming*. Aplicación al lenguaje gráfico.

Dinámica: Significado y forma

■ Concepto de marca y nuevas tendencias: Producto

Sesión dedicada a la marca: atributos, estrategias comunicativas, personificación, valores, construcción y deconstrucción. Se explora el *storytelling* y *coolhunting*, así como las nuevas tendencias en el mundo actual.

■ Identidad de marca: Tienda física y virtual

Se conocen los elementos de la identidad de marca, su coherencia y posicionamiento. Se conoce el espacio, usos y composición gráfica. Se aprenden recursos visuales y no visuales que hablan de la marca.

■ Gestión y cultura de marca, experiencia del cliente

Se explora la cultura de una marca y los recursos para su gestión. Se conoce la importancia de los manuales de marca y las tendencias actuales del *branding*.

■ Desarrollo de mi marca

Exposición, conclusiones.

Julia Ching Miu

Arquitecta y consultora independiente, especializada en *visual merchandising*, *store design* y *brand experience*, en Perú, España y USA. Cuenta con 9 años de experiencia profesional en el sector comercial, creando y liderando estrategias de *visual merchandising* global, garantizando su correcta aplicación en los diferentes puntos de venta.

Ha desarrollado estrategias exitosas para tiendas departamentales, especializadas en segmentos de moda, hogar, tecnología y lujo. Ha sido Sub Gerente de *Visual Merchandising* en Paris - Cencosud, a cargo de las 10 tiendas a nivel nacional, donde participó desde el inicio de las operaciones. También se ha desempeñado como Jefa de *Visual Merchandising* para Saga Falabella, entre otros.

DOCENTE



METODOLOGÍA



MODALIDAD ONLINE

Consta de sesiones sincrónicas, a través de la plataforma ZOOM.



SESIONES GRABADAS

Los alumnos tienen acceso a las clases grabadas, durante la duración del curso.



MATERIALES

Contenido audiovisual y literario que complementa el aprendizaje virtual.



INTERACCIÓN

Participación activa y retroalimentativa entre alumnos y docente.

Para una mejor experiencia de aprendizaje, se recomienda:

- Acceder a través de una PC o laptop.
- Contar con conexión por cable de red o señal estable de Wi-Fi.
- Descargar y crearse una cuenta en la plataforma ZOOM.
- Contar con micrófono.

INICIO

■ LUNES 29 DE MARZO DE 2021

Fechas de las sesiones en directo:

29 de marzo; 5, 12, 19 y 26 de abril; 3 de mayo.

Horario*:

- Lunes de 7 p.m. a 10:30 p.m. (Perú, Colombia, Ecuador y México)
- Lunes de 8 p.m. a 11:30 p.m. (Bolivia, Chile, Paraguay)
- Lunes de 9 p.m. a 12:30 a.m. (Argentina, Uruguay)

*Break de 30 minutos a mitad de cada sesión.

Duración: 18 horas

CERTIFICACIÓN

Se emite certificado, que contempla las 18 horas de clases, a nombre del Museo de Arte de Lima - MALI.

Requisito: Participar en más del 50% de las sesiones sincrónicas.



INSCRIPCIONES

■ INVERSIÓN

Inversión única: S/690

Financiamiento: dos cuotas de S/390 (antes de la 1.º y 3.º clase)

■ DESCUENTOS*

- 30% por pronto pago hasta el 8 de febrero.
- 20% por pronto pago hasta el 25 de febrero.
- 20% por grupo de tres personas a más.
- 20% a miembros del PAM (Programa Amigos del MALI).
- 10% por grupo de dos personas.

*Descuentos no acumulables. No aplica descuentos si se cancela en dos cuotas.

■ INSCRIPCIONES*

Realizar el depósito o transferencia en la cuenta del MALI:

BCP AHORRO SOLES
Cuenta bancaria: 191-34389140-0-03
Cuenta interbancaria (CCI): 002 191 134389140003 51

ASOCIACIÓN MUSEO DE ARTE DE LIMA
RUC: 20168496690

y enviar el comprobante a extension@mali.pe junto con los siguientes datos del alumno: nombres y apellidos completos, DNI, teléfono móvil, correo electrónico, fecha de nacimiento, distrito de residencia, curso y horario.

Si te inscribes fuera de Perú, solicita el procedimiento a extension@mali.pe

* El MALI se reserva el derecho a postergar o cancelar el curso en caso no cuente con un mínimo de inscripciones. De cancelarse, se procederá con la devolución de la inversión.

INFORMES E INSCRIPCIONES

Angel Chumpitasi
extension@mali.pe
[Whatsapp](#)

Encuétranos en:

[f](#) [@](#) /CURSOSMALI
www.mali.pe/educacion/

MALI