



Jannette Klein UNIVERSIDAD

La Universidad Jannette Klein,
fundada hace más de 30 años,
es la institución educativa pionera
en el sector de la moda en México.

El área de Educación Continua ofrece al estudiante la actualización y la especialización de conocimientos y habilidades necesarias para el desarrollo técnico, teórico y productivo en la industria de la moda; a través de sus diferentes programas divididos en 5 áreas de especialización:

- Desarrollo Creativo
- Gestión y Marketing
- Técnico e Industrial
- Comunicación y Publicidad
- Imagen Personal

Reconocemos la demanda del mercado actual, es por ello que el contenido de dichos programas han sido creados por especialistas activos en la industria de la moda mexicana, mismos que impartirán las sesiones de cada taller, curso o seminario; permitendote desempeñar lo aprendido de forma inmediata, eficientando la experiencia laboral, mejorando tus habilidades y conocimientos.

CURSO ANÁLISIS Y DESARROLLO DE MARCAS

GESTIÓN Y MARKETING | ONLINE | 12 SEMANAS

Es innegable que en la actualidad, la relevancia alcanzada por la gestión de las marcas en la relación de las empresas con los clientes, es fruto de del marketing y la publicidad. Las marcas ya no son únicamente un signo de identificación, han adquirido un valor y supremacía estratégica y de fidelidad que han requerido una óptima investigación.

OBJETIVO

Desarrollarás tu propia marca implementando estrategias básicas de Branding orientado a la industria de la Moda. Los conocimientos y habilidades obtenidas durante el curso serán las herramientas que ocuparás en la generación de imagen gráfica, corporativa y global de tu marca.

PERFIL DE INGRESO

Público en general, profesionales de la Comunicación, la Moda, el Diseño, la Mercadotecnia y la Publicidad.

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

- Copia de Identificación Oficial
- Ficha de Inscripción
- Boucher de Pago

FORMAS DE PAGO

BANCO: Banorte
NOMBRE: Grupo Reyes Klein S.A. de C.V.
NO DE CUENTA: 0835673534
CLABE INTERBANCARIA: 072180008356735348
SUCURSAL: 1322

RECONOCIMIENTO

Al cubrir en su totalidad el pago del programa y un mínimo del 80% de asistencia, la Universidad Jannette Klein entregará al participante un diploma y una constancia. El prestigio y la credibilidad de la Universidad acredita y da valor curricular a todas las constancias y diplomas que esta otorgue, ya que es una institución reconocida oficialmente por la Secretaría de Educación Pública.

TEMARIO

1. Conceptos Básicos de la Imagen.
 - 1.1. Diseño.
 - 1.2. Signo.
 - 1.3. Código.
 - 1.4. La marca y la Mercadotecnia.
 - 1.5. La marca y la Publicidad.
 - 1.6. Marca e Imagen Corporativa.
 - 1.7. Breve historia de la Imagen.
 - 1.8. Características esenciales de la imagen.
2. Objetivos de la Imagen.
 - 2.1 Posicionar.
 - 2.2. Identificar.
3. Niveles de Identificación.
 - 3.1. Imagen Gráfica.
 - 3.2. Imagen Corporativa.
 - 3.3. Imagen Global.
4. Concepto de Marca.
 - 4.1. Discurso de Identidad.
 - 4.2. Misión.
 - 4.3. Visión.
 - 4.4. Estilo de Imagen.
5. Retórica Visual.
 - 5.1. Oración Copulativa y Variables.
 - 5.2. Ejes Semánticos.
 - 5.3. Figuras Retóricas.
 - 5.4. Líneas Retóricas.
6. Análisis de Marcas.
 - 6.1. Desdoblamiento de discursos.
 - 6.2. Evaluación del nombre de la Marca.
 - 6.3. Evaluación de Signos Gráficos Básicos.
 - 6.4. Evaluación del Programa de Branding.
 - 6.5. Diagnóstico.
7. Metodología para el Desarrollo de una Marca.
 - 7.1. Fase de Investigación
 - 7.2. Fase Analítica.
 - 7.3. Fase de Intervención.
 - 7.4. Fase de Evaluación y Control.
8. Manual de Identidad.
9. Proyecto Final.

REQUERIMIENTOS

- Cuadernillo de Bocetos y Notas Rápidas.
- Manejo de Office.
- Manejo de Adobe Illustrator y/o Photoshop.