



BOOTCAMP BRAND INNOVATION



*EL BRAND INNOVATION, PERMITIRÁ A LAS ORGANIZACIONES
DISEÑAR Y POSICIONAR MARCAS MÁS HUMANAS, EMPÁTICAS,
CON PROPÓSITO, RELEVANTES E INNOVADORAS, MARCAS QUE
CONECTEN EMOCIONALMENTE CON LAS PERSONAS.*

OBJETIVOS

- Aplicar el proceso e incorporar toolkits de la innovación con DESIGN THINKING para el diseño de propuestas de valor en marcas, productos y servicios en un entorno real.
- Aprender y usar herramientas para la EMPATÍA con los clientes y usuarios. Poder entender y conocer los trabajos o tareas a resolver del cliente (funcionales, sociales y emocionales), entender sus dolores y frustraciones y sus deseos por medio de técnicas de inmersión en las personas y en el contexto.
- Conocer y aprender a DEFINIR los problemas como oportunidades de innovación y beneficios para el negocio a través de la recopilación y análisis de la data a través de técnicas y toolkits de frame insights. Definir y comunicar con storytelling los “jobs to be done del cliente”.
- Conocer y aplicar técnicas de IDEACIÓN o creatividad para el diseño de conceptos, soluciones y propuestas de valor en marcas, diseño de productos y servicios. Se utilizarán técnicas creativas como brainstorming, gamestorming, LEGO® Serious Play®, scamper, entre otras.
- Conocer y aplicar técnicas de PROTOTIPADO Y TESTEO para la validación de ideas de soluciones con los clientes y usuarios de las marcas.
- Aprender y aplicar el encaje de la PROPUESTA DE VALOR para la relevancia y el posicionamiento de la marca.

DIRIGIDO A

Profesionales vinculados con el desarrollo y gestión de marca en cualquier tipo de industria. Titulados y egresados de carreras vinculadas a Negocios, Diseño, Periodismo, Publicidad, Ingeniería, Relaciones Públicas, Sociología y otras carreras relacionadas con la comunicación estratégica, creación y gestión de marcas.

METODOLOGÍA

Metodología Bootcamp 100% presencial, Learning by Doing y Juego Serio.

PROGRAMA

SESIÓN 1: LA INNOVACIÓN

EN MARCAS

- Definiendo un desafío
- La innovación de marcas centrada en el ser humano

SESIÓN 2: ANÁLISIS, DEFINICIÓN

E IDEACIÓN: LA DATA

- Buenas historias, buenos intérpretes
- Perfil de usuarios de las marcas (arquetipos)
- Frame insights
- Portafolios de ideas

SESIÓN 3: PROTOTIPOS

- Testeo, iteración y validación in situ
- El encaje de la propuesta de valor de la marca y posicionamiento

PROFESOR



GUSTAVO GONZÁLEZ / DIRECTOR ACADÉMICO

Magíster en Innovación, UAI. Publicista, U. Diego Portales. Fundador y Director de THINK Lab. Coach Integral, certificado por International Association of Coaching Institutes. Team Coach, certificado por International Association of Coaching Institutes. Facilitador metodología LEGO® Serious Play®, certificado por The Association of Master Trainers in the Lego Serious Play Method. Diplomado y Practitioner en Programación Neurolingüística – PNL, certificado por INLP Neurolinguistic Programming. Design Thinking para proyectos estratégicos, Universidad Adolfo Ibáñez. Design Thinking IDEO 2018. Diplomado en Gestión de retail y merchandising, U. de Valparaíso.

FORMATO: PRESENCIAL

SEDE: DIAGONAL LAS TORRES 2700, PEÑALOLÉN, SANTIAGO.

FECHAS: 3,10 Y 11 DE NOVIEMBRE.

HORARIO: VIERNES DE 16:00 a 20:20 HRS.

SÁBADO DE 9:00 a 13:30 HRS.

VALOR: \$450.000

DESCUENTOS: 20% EX ALUMNO PREGRADO Y

MAGÍSTER UAI, 15% EX ALUMNO DIPLOMADO UAI, 10%

EX ALUMNO CURSOS UAI, 20% SECTOR PÚBLICO Y FFAA

**Los descuentos no son acumulables.*

La realización del presente curso exige un número mínimo de alumnos matriculados. Las fechas podrían sufrir modificaciones.



UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ
ACREDITADA EN TODAS LAS ÁREAS
NIVEL: EXCELENCIA
ÁREAS: GESTIÓN INSTITUCIONAL, DOCENCIA DE PREGRADO, DOCENCIA DE POSTGRADO, INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN CON EL MEDIO
DESDE 14/10/2021 HASTA 14/10/2027

MÁS INFORMACIÓN
Merley González
merley.gonzalez@uai.cl
+562 2331 1000
+569 5861 1367