

mr.
marcel
school

proximamente

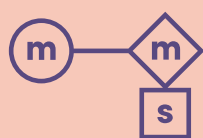
SUMMA

Branding: discover,
transform, become

Mr. Marcel School

Es una escuela de diseño, creativa, abierta y contemporánea dirigida a profesionales de las industrias creativas con paladar fino y afición por el detalle. Nuestra forma de hacer está basada en tres ejes: la calidad de contenidos y profesorado, el cuidado de la experiencia y el firme convencimiento de que para una escuela “el futuro es hoy”.

Con flow y con mucho de “Always with cariño”



mr.
marcel
school

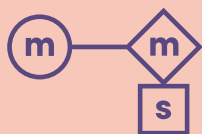
Las profesiones creativas son en esencia una fuente de satisfacción y de desarrollo personal. Este sector se caracteriza por vivir en constante cambio, por lo que los profesionales del futuro deberán tener una gran capacidad de adaptación y un perfil claramente visionario, innovador y multidisciplinar para ser competitivos.

Apostamos por la excelencia, la autonomía intelectual del alumno y su razonamiento independiente, como herramientas esenciales.

Somos una escuela pequeña por creencia y grande por ambición. Pequeña, para poder atender de una forma cercana las necesidades del alumno y para que estudiar en ella sea un valor añadido por su calidad y exclusividad (no somos exclusivos para nada, pero formamos a pocos). Grande, porque nuestro objetivo es desarrollar el mejor futuro posible, mediante una enseñanza selecta y cuidada que facilite la incorporación al mundo profesional en la mejor de las condiciones posibles. Perseguimos que nuestros alumnos disfruten con lo que hacen y que además sean valorados por ello.

Branding: discover, transform, become.

A lo largo de los años el concepto de marca ha ido evolucionando. En la actualidad, todo, desde personas, países, ciudades, calles... son (o pueden ser) marcas.



mr.
marcel
school

**Branding: discover,
transform, become**

WORKSHOPS

Por: Summa

Cómo es el workshop y que queremos conseguir

La asignatura tendrá como objetivo enseñar al alumnado qué es y cómo se construye una marca y expandir así sus conocimientos para que, como diseñadores, no solo creen logos el día de mañana.

A través de las sesiones de trabajo, el alumno aprenderá a crear estratégica (Propósito, atributos, rasgos de personalidad...) y creativamente (Naming e Identidad visual) una marca de manera integral, potente y diferencial.

A quien va dirigido

Estudiantes y profesionales e interesados en el sector.

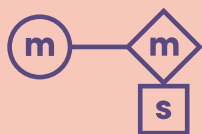
Requisitos

- Tener una base de conocimiento y/o interés por el mundo del diseño y el branding.
- Dominio en un nivel medio de las herramientas de diseño (Photoshop e Illustrator).
- Ordenador propio. La escuela dispone de ordenadores de alquiler para los interesados.

Breve descripción de Summa y docentes

Fundada en Barcelona en 1990, Summa Branding es la primera empresa española especializada en consultoría, creación y ejecución global de proyectos de marca. Con un equipo de 90 personas, desde sus oficinas en Madrid, Barcelona y Lisboa, desarrolla proyectos en diferentes países de Europa y Latinoamérica para clientes como Inditex, Applus, Correos, FC Barcelona, Iberdrola, Nestlé, CaixaBank, eDreams, Mahou San Miguel, RTVE, Ferrovial, GBfoods, Indra o Banca March. Ha sido galardonada en numerosas ocasiones con premios nacionales e internacionales.

Josep Maria Mir es socio fundador y Director Creativo Ejecutivo de Summa Branding. Lleva toda una vida dedicada a la creatividad y al diseño. En 1989 funda junto a Conrad Llorens Summa, consultora Premio Nacional de Diseño, donde se responsabiliza de la conceptualización de proyectos a nivel gráfico, así como de la dirección y de la supervisión de los equipos que intervienen en ellos. Su labor ha sido reconocida con varios premios, pero más allá de su portfolio de trabajos o galardones, su huella en el mundo del diseño nacional pasa por su papel en importantes asociaciones del sector.



mr.
marcel
school

**Branding: discover,
transform, become**

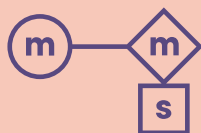
WORKSHOPS

Por: Summa

Pablo Amade estudió en la Central Saint Martins School of Art & Design de Londres. En Summa desarrolla su actividad como Director Creativo supervisando y gestionando el equipo de diseñadores y trabajando para diferentes clientes como Correos, Filmax, Popitas, Nespresso o Adevinta. Compagina su labor en Summa con la docencia como responsable de la asignatura de branding del grado de Diseño Gráfico de IDEP Barcelona.

Roderic Molins es licenciado en Diseño Gráfico por la Escuela de Arte y Diseño Eina y Beca Exchange Student Program de la Politecnico di Milano. En Summa desarrolla su actividad como Director Creativo supervisando y gestionando el equipo de diseñadores y trabajando para diferentes clientes como FC Barcelona, Schibsted, Sorigué, Banca March o Joyerías Suárez, entre otros. Desde 2014 compagina su labor en Summa con la docencia como responsable de los módulos de branding de másters en las universidades BAU e IED Barcelona.

summa.es



mr.
marcel
school

**Branding: discover,
transform, become**

WORKSHOPS

Por: Summa

**Sede en
La Industrial:
C/San Andrés, 8
28004 Madrid**

Branding: discover, transform, become.

**Workshop
de 20h.**

Viernes (pendiente de programación) 16:00 a 22:00h.

Introducción al curso: fines y objetivos

Fase 1: Idea de Negocio. Sesión dirigida de Brainstorming donde el alumnado definirá la idea de negocio, para lo que creará desde cero una nueva marca.

Fase 2: Estrategia de Marca. Introducción teórica + Case Studies de ejemplos

Sesión de trabajo/investigación en clase con el objetivo de empezar a definir:

- 1) Benchmark de la competencia, inspiración o ejemplos de marcas del sector
- 2) Circulo de Oro (Why? How? What?) de la marca.
- 3) Personalidad de marca
- 4) Arquetipo de Marca

Sábado (pendiente de programación) 10:00 a 20:00h.

Fase 3: Naming + Claim. Introducción teórica + Case Studies de ejemplos

Sesión de trabajo en clase con el objetivo de definir

el nombre y claim de la nueva marca para que sean coherentes y conceptualmente alineados con la estrategia de marca y a su vez diferenciales y únicos.

Fase 4: Identidad Visual. Introducción teórica + Case Studies de ejemplos

Sesión de trabajo/investigación con el objetivo de definir el concepto creativo (coherente con la estrategia) sobre el que se desarrollará la identidad visual de la marca.

- > Desarrollo de rutas y su corrección en clase
- > Ajuste y selección de ruta
- > Definición de las aplicaciones a desarrollar

Domingo (pendiente de programación) 10:00 a 15:00h.

Fase 5: Desarrollo de aplicaciones.

Fase 6: Desarrollo de la presentación y presentaciones finales.



Always
with
carino