

NUEVO



## Máster Internacional Online Design Management

Creado y dirigido por

*joanCosta*

**Abierta la matrícula**

Información y Reserva de Plazas  
[formacion@joancostainstitute.com](mailto:formacion@joancostainstitute.com)

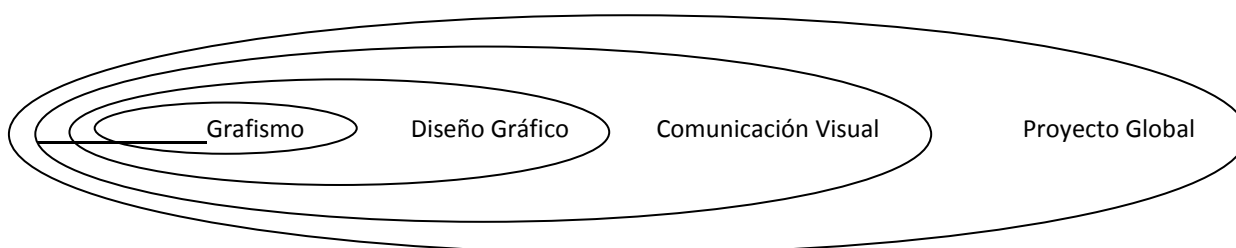
## Liderar Proyectos Globales

El auge de la complejidad, las nuevas tecnologías y la globalización reclama profesionales con visión holística y estratégica, y dominio de la gestión integrada para liderar proyectos globales, que es la tendencia actual y de mayor futuro.

*Entre estos proyectos, el de mayor auge es actualmente la Marca. Evidentemente, las soluciones parciales del pasado, los encargos puntuales y dispersos no podían asegurar el posicionamiento competitivo ni la potencia de la imagen de la Empresa o de la Marca.*

*Por eso mismo, el profesional que no ofrece soluciones globales a los problemas complejos que hoy viven las empresas, queda en un segundo plano, relegado a temas puntuales.*

*La evolución del diseño gráfico a través del tiempo*



*El Design Management supera al Grafismo, al Diseño Gráfico y a la Comunicación Visual porque los incluye a todos y los potencia*

El **Máster Internacional Online en Design Management**, creado y dirigido por Joan Costa, te ofrece los aportes de sus propias experiencias profesionales, orientados a dos objetivos básicos, que se potencian mutuamente:

1. Formar diseñadores ejecutivos, expertos en liderar proyectos globales, competitivos y sostenibles.
2. Ampliar y actualizar tus conocimientos y habilidades profesionales en diseño gráfico y comunicación visual orientándolos hacia la oferta de soluciones estratégicas globales.

Con estos objetivos, el **Máster en Design Management** toma como eje de estudio, la concepción y desarrollo de la Marca Corporativa, lo que facilita la comprensión y la experiencia global: de la A a la Z.

El aprendizaje, muy interactivo, te aporta una visión, métodos y ejercicios eminentemente prácticos, que podrás aplicarlos ya desde el primer módulo, en tu trabajo profesional.

## Por qué te interesa este Máster

El Máster se dirige a todos aquellos que piensan y trabajan en el amplio mundo de la comunicación visual, audiovisual y ambiental vinculado a las marcas. Diseñadores gráficos, Visualistas, Responsables de Comunicación, Estrategas, Comunicadores, Ilustradores, Fotógrafos, Infografistas, Brand Managers, Product Managers, Conceptistas, Art Directors, Profesionales de las industrias culturales y creativas, Responsables de marketing, Creativos, Expertos en medios digitales, en Webdesign, Branding, Identidad Corporativa, y en cualquier aspecto de la expresión y la gestión de las comunicaciones visuales, que adquieren un valor estratégico global y de largo alcance.

## Crecimiento profesional

La formación que obtendrás con este Máster, además de ampliar y actualizar tus conocimientos y experiencias profesionales en áreas concretas, te capacita como Director de Proyectos complejos. Los nuevos conocimientos derivados de las actividades de branding, emprendimiento y comunicación visual, resolución de problemas e innovación social te permiten ocupar puestos de alto rendimiento, como:

- Director de Proyectos Globales.
- Consultor en Comunicación Visual.
- Consultor en Branding.
- Conceptista estratégico de la Marca. Diseño y rediseño de Marcas, Personalidad Gráfica y sistemas de Identidad Corporativa.
- Director visualista. Infografía en las áreas periodística, científica, tecnológica, didáctica, estratégica y empresarial.

- Pensamiento visual. Percepción, lenguaje de la Forma y del Color aplicados a la comunicación multidimensional.
- Diseño gráfico y tipográfico. Comunicación de información y proyectos de utilidad pública.

El **Máster Internacional Online en Design Management** cuenta con un equipo de profesores internacionales de primera línea y con amplia experiencia profesional como diseñadores y como docentes universitarios.

---

## Ficha técnica

Créditos: 60 créditos ECTS = 600 horas

Modalidad: Online

Impartición: 12 módulos online más Trabajo Final de Máster

Duración total: 15 meses

Titulación Oficial Universidad AKALI: *Magíster en Design Management*

Acreditación de estudios por Joan Costa Institute

---

## Materias y profesorado

### 1. **La nueva dimensión: liderar Proyectos Globales**

La estrategia y creatividad proyectual enfocada a objetivos con sentido y personalidad propia son la clave de las nuevas propuestas de valor que hacen a las empresas más competitivas. En el contexto actual, las empresas y toda clase de organizaciones exigen soluciones globales y sostenibles. Pero también imaginación, uso inteligente de las nuevas tecnologías e innovación. Innovación comercial e innovación social. Los métodos y experiencias son herramientas mentales para la comprensión y planificación de proyectos globales. Ellos incluyen modelos de acciones para la toma de decisiones y para la implementación y el control de los resultados. La eficacia solo puede ser global. Casos ejemplares y ejercicios prácticos.

*Prof. Joan Costa (España)*

### 2. **Dirección de Proyectos y Emprendeduría**

El proyecto emprendedor en el que se embarca todo profesional creativo es una experiencia muy diferente a la vivida durante los años de estudio y/o de trabajo para otros. El proceso es complejo, porque

las habilidades necesarias para pensar el proyecto y llevarlo adelante, son diferentes de las habilidades incorporadas durante los años de academia y de trabajo para terceros. En el camino entre pensar el proyecto, iniciarlo y obtener los primeros logros y beneficios económicos, nos encontramos con problemas que no habíamos pensado, con la necesidad de incorporar y desarrollar habilidades que no poseíamos. En este módulo presentamos las habilidades críticas para tomar decisiones empresariales, enfocadas y relacionadas a las habituales decisiones creativas. Casos y ejercicios prácticos.

*Prof. Fernando del Vecchio (Argentina)*

### 3. **Las Marcas en acción**

Del mismo modo que ninguna marca es igual a otra, los distintos ámbitos de actuación en los que se puede desarrollar su misión tampoco lo son. Las marcas del sector de la moda nada tienen que ver con las marcas industriales o las de alimentos de gran consumo, ni las marcas culturales con las de automoción, ni las marcas bancarias con las del tercer sector, y tampoco las marcas *retail* con las marcas territorio. Sólo con una visión totalizadora del panorama de los distintos mercados es posible abordar y liderar proyectos estratégicos. En este módulo aprenderás a conocer y gestionar los códigos verbales, visuales y de comunicación de cada tipo de sector para conseguir la actuación conjunta y eficaz de valores y objetivos, así como experimentar los recursos y las estrategias necesarias para una gestión global del universo sectorial de las marcas. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

*Prof. Albert Culleré (España)*

### 4. **Métodos de Design Thinking**

Promover un pensamiento global caracterizado por una metodología iterativa, no lineal y holística, que pretende la creación de productos o servicios considerados como experiencia funcional y emocional. Pensamiento de diseño estratégico e investigación adaptable capaz de identificar oportunidades, de definir y realizar soluciones de diseño y comunicación global, promoviendo la innovación, la sostenibilidad (ética, economía y economía circular) y la calidad de vida humana. Metodología: Definición y ámbitos del Design Thinking; Metodologías de Design Thinking. Estudio de casos y realización de ejercicios prácticos.

*Prof. Daniel Raposo (Portugal)*

### 5. ***Incorporación de los públicos en el proceso del diseño***

Hoy no tiene sentido concebir el proyecto de diseño como una actividad cerrada sobre sí misma, definida solo desde la empresa y el diseñador. Se diseña para la gente, para los públicos internos y externos de la empresa. El diseño es comunicación cuando incorpora el punto de vista de los públicos en el proceso, mediante procedimientos concretos de investigación en experiencia del usuario. El diseñador no debe ser un investigador de públicos, pero debe conocer estas herramientas de gestión para aprovecharlas con inteligencia en el desarrollo de su trabajo. Utilizando la investigación y la participación de los públicos, el diseño consolida su status de comunicación visual. Casos y ejercicios prácticos.

*Prof. Guillermo Bosovsky (España-Argentina)*

### 6. ***Infografía & Visual Data***

Hacer accesible de la forma más eficaz posible la información. Para ello, el diseño gráfico no sólo debe encargarse de la apariencia de los mensajes; debe formar parte de su contenido. En este módulo se afrontan las necesidades del diseño de un producto informativo (diarios, revistas, pero también catálogos de productos, memorias institucionales, etc.) desde el punto de vista técnico y práctico (uso de retículas, definición de constantes de diseño...) y desde el punto de vista de la integración del diseño en el contenido (semiótica y retórica de la imagen). También se afrontan las necesidades de la esquematización de la información y de la creación infográfica. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

*Prof. Pedro Rodríguez (México)*

### 7. ***Mobile design***

La evolución del uso de aplicaciones y navegación por internet a través del móvil, tablets y smartphones ofrece nuevos puestos laborales y nuevas disciplinas en el ámbito del diseño gráfico. Cómo empezar a diseñar un proyecto para dispositivos móviles (plataforma Android e iOS). Factores que garantizan una óptima experiencia de usuario. Cómo crear un prototipo y qué pasos a seguir en el proceso de desarrollo. (No se necesitan conocimientos técnicos de programación) Estudio de casos y ejercicios prácticos.

*Prof. Ana Díaz (España)*

## 8. **Proyección global**

Proyecto y metodología para diseño, creatividad y estrategia. La interfaz visual y experiencia de usuario. Pensamiento divergente. Experimentación y procesos creativos. Cómo potenciar el diseño de comunicación visual de manera eficaz. Desarrollaremos modelos de ideación y resolución de problemas de comunicación visual e interactiva (visual interface & UX). El proceso proyectual vs espontaneidad creativa e improvisación. La ideación de proyectos eficientes de comunicación visual e interactiva aplicado a lo físico, lo impreso o lo digital. Ejecución creativa y técnica en procesos. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

*Prof. Eric Olivares (México)*

## 9. **Ecodiseño. Comunicación visual sostenible**

Análisis de los ciclos de vida de los productos. Origen y transformación de los materiales. Usabilidad: relación entre el producto y el consumidor. Nuevos conceptos: *Cradel to cradel*, aligeramiento. Eficiencia versus eficacia. Durabilidad (reutilización, reciclaje). Hoja de Ruta para la creación de proyectos más sostenibles. El papel de los diseñadores como agentes de cambio. El valor de la educación a los clientes y a los usuarios. Nueva dimensión de calidad. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

*Prof. Josep y Sònia Martínez (España)*

## 10. **Estrategias digitales de branding**

Las marcas en el contexto digital tienen el reto de superar distintos ciclos de vida online: Del proceso de digitalización a la generación de comunidad, de la interacción con los usuarios a la monetización de los recursos. Y cada estadio precisa de una estrategia digital diferente. En el presente módulo, conoceremos las pautas y procedimientos para poner en marcha una estrategia digital alineada con las necesidades de cada etapa, a través de casos de éxito, poniendo el foco en el papel de los ecosistemas digitales y la construcción de narrativas transmediáticas al servicio de la estrategia online. Estudio de casos y ejercicios prácticos.

*Prof. Diego Rivera (España)*

## 11. **Señalética Corporativa**

Pensar la señalética corporativa como sistema de comunicación integrada para identificación y apoyo a las personas, fomentando la

movilidad y fruición de los espacios corporativos que son “el lugar de la identidad”. Decidir espacios y circuitos, detectar costumbres y necesidades de los usuarios, y coordinarlos para guiar la acción implica el diseño de sistemas integrados de información visual y medioambiental. Metodología, diseño y dirección de sistemas de Señalética Corporativa. Normalización y evaluación de proyectos de señalética. Estudio de casos y realización de ejercicios prácticos.

*Prof. João Neves (Portugal)*

## **12. El Proyecto. Método CB&CB&CB**

El Método CB3 (CB&CB&CB), es una innovación para la generación de proyectos globales de comunicación visual, que abarca desde el diagnóstico hasta la aplicación y su desarrollo en 4 etapas: 1) Context Box, proceso de investigar y descubrir. 2) Concept Board, proceso de la conceptualización y la concreción. 3) Creative Book, proceso de descripción y referentes. 4) Dirección y aplicaciones. Ejercicios prácticos que ayudan a detectar ideas nuevas e incorporar hallazgos como parte de la solución creativa.

*Prof. Jordi Cano (España)*

