



dosunos

2026

CURSO DE

Branding Humano

Estrategias para construir una marca personal sin despersonalizarte.

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.



+54 9 11 2660 3030 / +54 9 11 5594 9903

Duración: 15 horas.

Días y horarios:

Del 11 de agosto al 08 de septiembre de 2026.

Martes de 17.00 a 20.00 Hs. + Actividad asincrónica.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$50.000.-

Contado: \$162.000.- o 2 cuotas de \$90.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$50.000.-

Contado: \$113.400.- o 2 cuotas de \$63.000.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$50.000.-

Contado: \$129.600.- o 2 cuotas de \$72.000.-

Extranjeros no residentes en Argentina***:

Matrícula: USD 30.-

Contado: USD 100.- o 2 cuotas de USD 60.-

(*) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.

(**) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.

(***) Los aranceles de la actividad comprenden únicamente los conceptos de matrícula y cuota. Todo impuesto, tasa o contribución asociada a los pagos en dólares estadounidenses que pudiera ser aplicada por el país de origen, así como cualquier otra suma que se adicione en virtud de las tarifas vigentes en la entidad bancaria al momento de realizar la transacción, queda a exclusivo cargo del alumno.

Dirigido a:

- Profesionales, emprendedores, consultores y líderes que deseen fortalecer su identidad pública.
- Comunicadores, creadores de contenido y personas que buscan posicionarse en redes sociales desde un enfoque auténtico.
- Estudiantes avanzados interesados en identidad, branding, narrativa y psicología aplicada.
- Equipos de marketing y recursos humanos que acompañen procesos de posicionamiento profesional.
- Personas que necesiten desarrollar una marca personal coherente sin caer en modelos artificiales de éxito.

Beneficios:

Comprender cómo se planea y desarrolla una marca o idea de negocio desde cero. Apropiarse del conocimiento y las tácticas de marketing, branding, comunicación multiplataforma y conceptualización creativa más innovadoras para el desarrollo de una identidad profesional original y diferenciadora que reconozca y potencie atributos y talentos a la hora de promocionar servicios o aptitudes. Establecer una clara diferenciación entre perfiles público y privado a la hora de comunicar.

Objetivos:

- Comprender los fundamentos del branding humano y su diferencia con enfoques tradicionales de marca personal.
- Analizar cómo los discursos de éxito tóxico afectan la construcción identitaria actual.
- Identificar valores, rasgos y características personales que conforman una identidad creíble y sostenible.
- Diseñar estrategias de posicionamiento basadas en autenticidad, percepción social y valor humano.
- Construir una narrativa personal coherente con la vida real y las expectativas de la audiencia.
- Integrar criterios psicológicos, comunicacionales y estratégicos para desarrollar una marca personal sólida.

Resultados de aprendizaje:

Los profesionales que culminen el curso contarán con los recursos necesarios para el diseño de estrategias identitarias sobre la base del branding humano (marca personal orgánica) para aplicarlas en la creación, difusión y promoción de perfiles públicos.

Enfoque general:

La propuesta combina teoría, análisis crítico y ejercicios reflexivos orientados a identificar características personales, valores y atributos que conforman la identidad pública de cada participante. El curso se destina a ofrecer estrategias y herramientas utilizadas en el desarrollo identitario de start-ups y empresas que buscan un reposicionamiento, pero específicamente adaptadas a la construcción de marca personal. Se trabaja con metodologías provenientes del branding tradicional, la psicología social, la comunicación y la conceptualización estratégica para desarrollar una marca personal sólida y coherente.

Contenidos:

Contexto actual: identidad, percepción social y cultura del éxito. Discursos motivacionales, meritocracia y modelos tóxicos de éxito. Impacto en la construcción de identidad pública. La percepción social como punto de partida.

Branding humano: fundamentos identitarios y valor personal. El rol de los valores, rasgos y atributos en la construcción de marca personal. Diferencias entre transmitir éxito y transmitir valor humano. Análisis de casos reales.

Ejes estratégicos y posicionamiento profesional: cómo diseñar ejes conceptuales, matrices de posicionamiento y propuestas identitarias aplicadas a personas. Coherencia entre identidad interna y percepción externa.

Narrativa personal: autenticidad, tono y construcción de sentido. Storytelling aplicado a marca personal. Cómo transformar experiencias, aprendizajes y perspectivas en narrativa. Diseño de un concepto central y tono propio.

Integración: diseño de una marca personal sostenible. Criterios éticos en la comunicación pública. Riesgos en la imitación y la sobreexposición. Integración de identidad, narrativa y posicionamiento en un concepto final de marca personal.

Calendario de encuentros:

11/08 — Contexto y crisis de identidad.

18/08 — Identidad y construcción subjetiva.

25/08 — Branding humano vs marca personal.

01/09 — Percepción y posicionamiento.

08/09 — Ejes estratégicos y narrativa personal (integración).

Metodología:

Exposición teórica, conceptualización de experiencias profesionales, aula invertida, planificación práctica.

Evaluación:

Trabajo práctico integrador: planificar y desarrollar un boceto de marca personal orgánica (branding humano), pudiendo ser real o ficticia.

Bibliografía:

Apuntes propios de la cátedra + portfolios de acceso público + casos de éxito y ejemplos prácticos de marcas reales.

A cargo de:

A cargo de <https://www.dosunos.com/>.

Dosunos es una consultora especializada en estrategia, tecnología, producción y desarrollo de contenidos para medios de comunicación, marcas y organizaciones que necesitan adaptarse a los lenguajes, formatos y dinámicas del ecosistema digital contemporáneo. Su trabajo integra planificación comunicacional, branding, narrativa, producción audiovisual, streaming, análisis de audiencias y diseño de experiencias de contenido, con una mirada que combina criterio profesional, actualización permanente y aplicación en contextos reales. A su vez, acompaña a equipos y profesionales del ecosistema de medios en el desarrollo de talento, la organización de roles y la evolución de sus capacidades en entornos digitales.

La propuesta académica a cargo de Dosunos se apoya en la experiencia concreta de trabajo con más de 250 medios, proyectos audiovisuales y entornos digitales de alta exigencia, trasladando al aula metodologías, casos y herramientas utilizadas en la práctica profesional. En línea con los objetivos de esta Diplomatura y sus cursos, el enfoque prioriza la articulación entre pensamiento estratégico, producción, identidad, plataformas, audiencias y desarrollo de talento, para formar perfiles capaces de diseñar, ejecutar y evaluar contenidos relevantes, actuales y sostenibles.

