



GUÍA DOCENTE CURSO: 2017-18

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Asignatura:	Gestión Integral de la Imagen		
Código de asignatura:	67104216	Plan:	Grado en Marketing e Investigación de Mercados (Plan 2010)
Año académico:	2017-18	Ciclo formativo:	Grado
Curso de la Titulación:	4	Tipo:	Obligatoria
Duración:	Primer Cuatrimestre		

DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA

Créditos:	6
Horas totales de la asignatura:	150
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:	Apoyo a la docencia

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre	Ruiz Real, José Luis		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Central 1		
Despacho	21		
Teléfono	+34 950 015742	E-mail (institucional)	jrr672@ual.es
Recursos Web personales	Web de Ruiz Real, José Luis		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==>

Firmado Por	Universidad De Almeria		Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==	PÁGINA	1/5



tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Justificación de los contenidos

La imagen corporativa es uno de los factores considerados fundamentales dentro de las organizaciones. La comunicación en la empresa permite el desarrollo del negocio, llegar a los clientes y la fidelización de éstos a través de la marca. La comunicación empresarial es clave para que el público identifique a la marca y necesite sus productos, no sólo por las características de los mismos, sino por los valores de marca que representan.

La asignatura trata también la gestión de marca, que es uno de los elementos más importantes para el éxito de una empresa, cualquiera que sea su tamaño. Para una correcta estrategia de comunicación, a través del diseño de la imagen corporativa y de la marca, son determinantes los conocimientos sobre comunicación, branding, reputación corporativa y, cada vez con más fuerza, la gestión de redes sociales. De esta forma será posible llegar con éxito, y con los mensajes adecuados, para informar, convencer y persuadir al público objetivo.

Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

Materias relacionadas con comunicación y publicidad.

Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

Conocimientos básicos de gestión de la comunicación.

Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación

Ninguno.

COMPETENCIAS

Competencias Generales

Competencias Transversales de la Universidad de Almería

- Conocimientos básicos de la profesión
- Comunicación oral y escrita en la propia lengua

Competencias Básicas

Competencias Específicas desarrolladas

CIM04: Ser capaz de diseñar la imagen de la organización y elaborar un manual de gestión de imagen corporativa

OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

UAL1. Conocimientos básicos de la profesión. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL4. Comunicación oral y escrita en la propia lengua. Comprender expresar con claridad y oportunidad las ideas, conocimientos, problemas y soluciones a un público más amplio, especializado o no especializado (y sentimientos a través de la palabra, adaptándose a las características de la situación y la audiencia para lograr su comprensión y adhesión). CIM04. Ser capaz de diseñar la imagen de la organización y elaborar un manual de gestión de imagen corporativa. Diseño y gestión de la imagen de la organización y elaboración de un manual de gestión de imagen corporativa.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==>

Firmado Por	Universidad De Almería	Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	2/5
			
tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==			

PLANIFICACIÓN

Temario

BLOQUE I. Identidad, imagen corporativa y reputación corporativa

1. Imagen corporativa en la empresa
2. Técnicas de investigación en imagen corporativa
3. Auditoría y estrategia de imagen
4. Cultura corporativa

BLOQUE II. Responsabilidad social corporativa

5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación corporativa

BLOQUE III. Comunicación corporativa

6. Gestión de la imagen en situaciones de crisis
7. Las promociones y la imagen corporativa
8. La imagen del punto de venta

BLOQUE IV. Branding

9. Identidad visual corporativa y el naming
10. Imagen y Posicionamiento de marcas

BLOQUE V. Manual de gestión de imagen corporativa

11. Manual de gestión de imagen corporativa

Metodología y Actividades Formativas

- Aprendizaje basado en problemas- Resolución de problemas- Clase magistral participativa- Búsqueda, consulta y tratamiento de información- Debate y puesta en común- Exposición de grupos de trabajo- Proyecciones audiovisuales- Sesión de evaluación- Trabajo en equipo- Estudio de casos- Clases magistrales/participativas

Actividades de Innovación Docente

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	3/5
			
tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==			

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Criterios e Instrumentos de Evaluación

Evaluación continua mediante el desarrollo de actividades individuales y en grupo para la aplicación de la teoría a la práctica, seminarios/jornadas y trabajos dirigidos. Asistencia y participación en clase y/o foros. Pruebas de evaluación orales y escritas.

El examen (UAL01, UAL04) representa un 70% de la nota final. La nota mínima en el examen es un 5.

La realización de las actividades (UAL04, CIM01) que se propondrán durante el curso supone un 20% de la nota final.

La participación activa en clase, así como en los distintos foros abiertos (UAL01, UAL04), supone un 10% de la nota final.

Mecanismos de seguimiento

- Asistencia a tutorías
- Asistencia y participación en seminarios
- Participación en herramientas de comunicación (foros de debate, correos)
- Entrega de actividades en clase
- Entrega de actividades en aula virtual

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	4/5
			
tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==			

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Básica

- Pintado Blanco, Teresa y Sánchez Herrera, Joaquín . Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial. ESIC. 2013.

Complementaria

- Matilla, K. . Conceptos fundamentales en la planificación estratégica de las relaciones públicas. UOC. 2009.

Otra Bibliografía

Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/e?SEARCH=GESTION INTEGRAL DE LA IMAGEN>

DIRECCIONES WEB

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	5/5
			
tsqOiYHn9FzqLD3D8wWokQ==			