



## GUÍA DOCENTE CURSO: 2015-16

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:	2015-16	Ciclo formativo:	Grado
Curso de la Titulación:	4	Tipo:	Obligatoria
Duración:	Primer Cuatrimestre		
DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA			
	Créditos:	6	Horas Presenciales del estudiante: 45
			Horas No Presenciales del estudiante: 105
			Total Horas: 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)	<a href="mailto:jrr672@ual.es">jrr672@ual.es</a>
Recursos Web personales	<a href="#">Web de Ruiz Real, José Luis</a>		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==>

Firmado Por	Universidad De Almeria		Fecha	23/11/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==	PÁGINA	1/7
				
XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==				

## ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Actividades previstas para el aprendizaje y distribución horaria del trabajo del estudiante por actividad (estimación en horas)

I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	0,0	
	• Grupo Docente	31,0	
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	14,0	
	<i>Total Horas Presenciales/On line ...</i>		45,0
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo Autónomo)	• ( Trabajo en grupo, Trabajo individual )	105	
	<i>Total Horas No Presenciales ...</i>		105
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE			150,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/11/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

PÁGINA

2/7



XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

## 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 Genéricas de la Universidad de Almería*

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

*Otras Competencias Genéricas*

### 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/XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/11/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

PÁGINA

3/7



XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

<b>BLOQUES TEMÁTICOS Y MODALIDADES ORGANIZATIVAS</b>			
<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE I. Identidad, imagen corporativa y reputación corporativa</b>		
<b>Contenido/Tema</b>			
	1. Imagen corporativa en la empresa		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		1,0
	Debate		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Contenido/Tema</b>			
	2. Técnicas de investigación en imagen corporativa		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Resolución de problemas		2,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Contenido/Tema</b>			
	3. Auditoría y estrategia de imagen		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Aprendizaje basado en problemas		1,0
	Debate		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Contenido/Tema</b>			
	4. Cultura corporativa		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE II. Responsabilidad social corporativa</b>		
<b>Contenido/Tema</b>			
	5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación corporativa		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE III. Comunicación corporativa</b>		
<b>Contenido/Tema</b>			
	6. Gestión de la imagen en situaciones de crisis		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/11/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

PÁGINA

4/7



XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Estudio de casos		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Contenido/Tema</b>			
	7. Las promociones y la imagen corporativa		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Proyecciones audiovisuales		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Contenido/Tema</b>			
	8. La imagen del punto de venta		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Proyecciones audiovisuales		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Estudio de casos		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE IV. Branding</b>		
<b>Contenido/Tema</b>			
	9. Identidad visual corporativa y el naming		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		1,0
	Proyecciones audiovisuales		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Estudio de casos		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Contenido/Tema</b>			
	10. Imagen y Posicionamiento de marcas		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Proyecciones audiovisuales		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Trabajo en equipo		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE V. Manual de gestión de imagen corporativa</b>		
<b>Contenido/Tema</b>			
	11. Manual de gestión de imagen corporativa		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Trabajo en equipo		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/11/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

PÁGINA

5/7



XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

### Criterios 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.

### Porcentajes de Evaluación de las Actividades a realizar por los alumnos

	Actividad	(Nº horas)	Porcentaje
I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	( 0 )	0 %
	• Grupo Docente	( 31 )	70 %
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	( 14 )	10 %
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo autónomo)	• ( Trabajo en grupo, Trabajo individual )	(105)	20 %

### Instrumentos de Evaluación

- Pruebas, ejercicios, problemas.
- Pruebas finales (escritas u orales).
- Pruebas finales de opción múltiple.

### 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/XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/11/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

PÁGINA

6/7



XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía recomendada

#### Básica

- Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial (*Pintado Blanco, Teresa y Sánchez Herrera, Joaquín*) - Bibliografía básica

#### Complementaria

- Conceptos fundamentales en la planificación estratégica de las relaciones públicas (*Matilla, K.*) - Bibliografía complementaria

### 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/XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>23/11/2015</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>7/7</b>
			
XxO+71qRvvwQ/J0MnnNVJg==			