



## GUÍA DOCENTE CURSO: 2014-15

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:	2014-15	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>		
Nombre	Estrella Ramón, Antonia María		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B) 2		
Despacho	01		
Teléfono	+34 950 214165	E-mail (institucional)	<a href="mailto:a.estrella@ual.es">a.estrella@ual.es</a>
Recursos Web personales	<a href="#">Web de Estrella Ramón, Antonia María</a>		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	1/6



pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==

## 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)		
	<i>Total Horas Presenciales/On line ...</i>	0,0
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		105,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>23/07/2015</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2/6</b>
			
pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==			

## 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
- Capacidad para resolver problemas
- Trabajo en equipo

*Otras Competencias Genéricas*

- Comprender y poseer conocimientos
- Aplicación de conocimientos
- Capacidad de comunicar y aptitud social

## OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocer y saber aplicar temas como:

- . Conceptualización y gestión de la imagen Empresarial
- . Diseño integral para empresas
- . Gestión estratégica de la Imagen de Marca o Branding
- . Pre-diagnóstico y posicionamiento
- . Plan de Acción para una pequeña empresa
- . Reputación corporativa

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==

PÁGINA

3/6



pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==

<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
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Contenido/Tema</b>	
	2. Técnicas de investigación en imagen corporativa
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Contenido/Tema</b>	
	3. Auditoría y estrategia de imagen
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Contenido/Tema</b>	
	4. Cultura corporativa
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE II. Responsabilidad social corporativa</b>
<b>Contenido/Tema</b>	
	5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación corporativa
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE III. Comunicación corporativa</b>
<b>Contenido/Tema</b>	
	6. Gestión de la imagen en situaciones de crisis
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Contenido/Tema</b>	
	7. Las promociones y la imagen corporativa
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Contenido/Tema</b>	
	8. La imagen del punto de venta
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE IV. Branding</b>
<b>Contenido/Tema</b>	
	9. Identidad visual corporativa y el naming
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Contenido/Tema</b>	
	10. Imagen y Posicionamiento de marcas
Descripción del trabajo autónomo del alumno	
<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE V. Manual de gestión de imagen corporativa</b>
<b>Contenido/Tema</b>	
	11. Manual de gestión de imagen corporativa
Descripción del trabajo autónomo del alumno	

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==

PÁGINA

4/6



pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

### Criterios de Evaluación

- . Conocimiento de los contenidos teóricos de la asignatura.
- . Capacidad para la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos.
- . Habilidad para la presentación de trabajos en clase.
- . Habilidad para el trabajo en equipo.

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

	Actividad	(Nº horas)	Porcentaje
I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)			
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo autónomo)	<ul style="list-style-type: none"><li>• ( Trabajo en grupo, Trabajo individual )</li></ul>	(105)	0 %

### 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/pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>23/07/2015</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>5/6</b>
			
pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==			

## 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/pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>23/07/2015</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>6/6</b>
			
pKAigT9gLz4edL5LPi4TxA==			