



GUÍA DOCENTE CURSO: 2013-14

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:	2013-14	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	Iniesta Bonillo, María Angeles		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B) 2		
Despacho	20		
Teléfono	+34 950 214008	E-mail (institucional)	miniesta@ual.es
Recursos Web personales	Web de Iniesta Bonillo, María Angeles		
Nombre	Ruiz Real, José Luis		
Departamento			
Edificio			
Despacho			
Teléfono		E-mail (institucional)	
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/Aa7pjKMAHPrglFBXyLFHA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	1/7



Aa7pjKMAHPrglFBXyLFHA==

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/Aa7pjKMAHPPrRglFBXyLFHA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	2/7
			
Aa7pjKMAHPPrRglFBXyLFHA==			

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/Aa7pjKMAHPrRglFBXyLFHA==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

Aa7pjKMAHPrRglFBXyLFHA==

PÁGINA

3/7



Aa7pjKMAHPrRglFBXyLFHA==

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

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/Aa7pjKMAHPrglFBXyLFHA==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

Aa7pjKMAHPrglFBXyLFHA==

PÁGINA

4/7



Aa7pjKMAHPrglFBXyLFHA==

	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Estudio de casos		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	7. Las promociones y la imagen corporativa		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<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
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	8. La imagen del punto de venta		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<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
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Bloque	BLOQUE IV. Branding		
Contenido/Tema			
	9. Identidad visual corporativa y el naming		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<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
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	10. Imagen y Posicionamiento de marcas		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<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
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Bloque	BLOQUE V. Manual de gestión de imagen corporativa		
Contenido/Tema			
	11. Manual de gestión de imagen corporativa		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<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
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/Aa7pjKMAHPPrRglFBXyLFHA==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

Aa7pjKMAHPPrRglFBXyLFHA==

PÁGINA

5/7



Aa7pjKMAHPPrRglFBXyLFHA==

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

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/Aa7pjKMAHPrglFBXyLFHA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	6/7



Aa7pjKMAHPrglFBXyLFHA==

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/x?SEARCH=67104216>

DIRECCIONES WEB

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/Aa7pjKMAHPrRglFBXyLFHA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	7/7
			
Aa7pjKMAHPrRglFBXyLFHA==			