

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Imagen e Identidad Corporativa

Descripción: Las marcas, como activo intangible, tienen un carácter estratégico dentro de cualquier organización y condicionan el crecimiento, la competitividad y el valor de las empresas. Por su parte, la identidad corporativa es la manifestación física de la marca. Así, resulta clave dentro de cualquier estrategia de comunicación corporativa saber gestionar estos dos conceptos y garantizar la coherencia entre ellos.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6 ECTS

Contextualización: Esta asignatura, integrada en la materia Comunicación Corporativa Integral, adentra al estudiante en la dimensión de la identidad e imagen corporativa, aportándole los conocimientos necesarios para su definición, desarrollo y aplicación en un contexto real. Además, se realiza un acercamiento a las nuevas tendencias, tales como las técnicas de creatividad o el story-telling.

Modalidad: Online

Temario:

1. Imagen corporativa:
 - a. Técnicas de investigación en imagen corporativa: técnicas cualitativas, técnicas cuantitativas y escalas de medición.
 - b. Influencia de las promociones en la imagen corporativa.
 - c. Técnicas y estrategias de imagen corporativa en la distribución: imagen en el punto de venta.
2. Identidad y branding corporativo:
 - a. Proceso de creación y gestión de la marca. Técnicas de creatividad.
 - b. Identidad verbal e identidad visual corporativas.
 - c. Posicionamiento y estrategias de marca.
 - d. Branded content.
 - e. Diseño del manual de identidad corporativa.
3. Producción de vídeos corporativos. El Story-telling como recurso de referencia.

Competencias:

- Básicas: CB-06, CB-07, CB-08, CB-09 y CB-10.
- Específicas: CE-10 y CE-11.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	10	100%
Clases prácticas de análisis: estudio de casos y resolución de problemas	5	100%
Clases prácticas profesionales: simulación y diseño de proyectos	5	100%
Talleres profesionales	5	100%
Tutorías	10	30%

Trabajo autónomo	113	0%
Realización de la prueba	2	100%

Metodologías docentes:

- Lección magistral y lección magistral participativa.
- Revisión bibliográfica.
- Estudio de casos.
- Resolución de problemas.
- Simulación.
- Diseño de proyectos.
- Seguimiento.
- Trabajo cooperativo.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio. Actividad teórica	10%	15%
Evaluación del Portafolio. Actividad de análisis	15%	25%
Evaluación del Portafolio. Actividad profesional	25%	40%
Evaluación de la prueba	20%	50%

Normativa específica: No aplica

Bibliografía:

Referencia bibliográfica básica: Pintado Blanco, T., Sánchez Herrera, J., & al. (2013). *Imagen Corporativa. Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC.

La bibliografía complementaria será aportada por el docente responsable de la asignatura al comienzo de impartición de la misma.