

**IMAGEN E IDENTIDAD EMPRESARIAL (2017-18)****DATOS GENERALES**

Código 48213

Créditos ECTS 4,50

**Departamentos y áreas**

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
COMUNICACIÓN Y PSICOLOGÍA SOCIAL	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	SÍ	SÍ

**Estudios en que se imparte**

MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Contexto de la asignatura**

La asignatura Imagen e identidad empresarial es una de las tres asignaturas del módulo de especialidad de Marketing que los alumnos del MBA pueden cursar. Consta de 4,5 créditos ECTS y es una asignatura optativa.

De un tiempo a esta parte, los recursos y activos intangibles han ido cobrando creciente importancia en las organizaciones, siendo en la actualidad la más importante fuente de valor económico en un entorno competitivo y global. La gestión de recursos intangibles (a saber identidad, imagen, comunicación, marca, cultura, valores, reputación corporativos, entre los principales) es para el estudiante en Administración y Dirección de Empresas, y para los profesionales, una de las áreas preferentes hoy. Los contenidos, pues, no se circunscriben únicamente al ámbito de los productos/servicios sino que lo supera, abarcando al dominio más amplio del marketing, de ahí su dimensión estratégica y de management.

El gestor de intangibles planifica y gestiona de forma integral los procesos de comunicación y de percepción públicas en los stakeholders, al servicio de la marca-empresa. En la materia nos aproximamos de forma teórica y práctica a, entre otros, los ámbitos de la imagen, identidad y reputación de marca, corporativa y de productos y servicios, tanto en grandes empresas como en pymes, familiares o de otra naturaleza. La contribución de esta asignatura al perfil profesional del título y al desarrollo de competencias con las que se relaciona sería la siguiente:

- La materia proporciona una visión panorámica e integral de los recursos y activos intangibles necesarios para el éxito empresarial. La materia favorece el análisis y la reflexión global, y favorece el planteamiento de estrategias de empresa, previo a la toma de decisiones.

- La asignatura favorece el desarrollo de la comunicación interpersonal del futuro directivo de empresa, así como actitudes favorables para las competencias directivas (capacidad de diálogo, oratoria, negociación, empatía, trabajo en equipo, liderazgo, entre otras).

## OBJETIVOS

### Objetivos específicos aportados por el profesorado (2017-18)

Familiarizar al estudiante con el lenguaje, los conceptos, las herramientas y la lógica de los procesos de creación, desarrollo y gestión de la imagen e identidad empresarial, como actividad empresarial y profesional.

El estudiante alcanzará una formación básica y una visión de conjunto de los recursos intangibles en la empresa.

El estudiante conocerá aspectos e instrumentos útiles y necesarios para la efectiva toma de decisiones en intangibles tales como las funciones del director de comunicación, los procesos de comunicación y las estrategias de gestión de imagen, marca y reputación.

Interiorizar el proceso de creación, desarrollo y gestión de una marca, corporativa o de productos/servicios de éxito. Desarrollar destrezas para dirigir, gestionar y liderar proyectos y equipos profesionales multidisciplinares, en relación con los aspectos estratégicos que conlleva construir marcas en un entorno global.

Objetivos formativos:

OF1. Que los alumnos adquieran formación para la gestión integral de recursos y activos intangibles en las empresas.

OF2. Que los alumnos se formen para planificar recursos y activos intangibles de las organizaciones y orientarlos a los resultados. Objetivos cognitivos a alcanzar por el estudiante

OC1. Comprender razonar y sintetizar contenidos de diversos ámbitos de conocimiento.



## CONTENIDOS

### Contenidos teóricos y prácticos (2017-18)

- CONCEPTO, CONTEXTO Y FUNDAMENTOS DE IMAGEN E IDENTIDAD EMPRESARIALES: LA ECONOMÍA DE LA REPUTACIÓN
- BRANDING CORPORATIVO: LA GESTIÓN DE LA EMPRESA COMO MARCA
- GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN, MAPA DE PÚBLICOS Y GRUPOS DE INTERÉS
- EL DIRCOM EN EL ORGANIGRAMA: ACTITUDES Y APTITUDES
- CULTURA CORPORATIVA Y CULTURA DEL TRABAJO EN SOCIEDAD POSTCRISIS
- CREACIÓN Y GESTIÓN DE MARCAS DE LA EMPRESA

## EVALUACIÓN

### Instrumentos y criterios de Evaluación 2017-18

La evaluación consta de tres criterios:

1. Implicación, actitud y proactividad hacia el aprendizaje y el trabajo colaborativo (10%)
2. Proyecto o proyectos grupales y, en su caso, prácticas parciales (70%)
3. Prueba objetiva (test o desarrollo) de conocimientos teóricos (20%)

Las clases teóricas y las clases prácticas están interrelacionadas y pueden producirse de manera sucesiva en una misma sesión de cuatro horas. El control de asistencia es requerido por tanto en todas las sesiones del máster. Por debajo del 80% de asistencia (es decir, con más de 10 horas de ausencia de las 50 horas de las asignaturas de 2 ECTS y más de 20 horas de las 100 horas de las de 4 ECTS), el porcentaje de asistencia ponderará la nota final de la asignatura (por ejemplo, un/a estudiante que haya obtenido un 10 y sólo haya asistido al 70% de las clases tendrá como nota final un 7). Todas las faltas, en cualquier caso, deben justificarse. Es imprescindible obtener al menos 4 puntos en los apartados 2 y 3 para hacer media.

No es recuperable el apartado 1, ni el apartado 2.

En la segunda convocatoria y siguientes, la única prueba de evaluación consistirá en un examen sobre los contenidos teóricos vistos en clase (sobre 6 puntos máximo).

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
EXAMEN FINAL	<p>Examen (test o desarrollo). Para poder hacer media con proyectos y otras posibles prácticas evaluables, ha de superarse el 50% de este apartado de dominio de conceptos básicos proporcionados en el aula por el profesor o a partir de lecturas recomendadas o de conocimientos proporcionados en sesiones prácticas.</p> <p>Esta parte es recuperable en posteriores convocatorias.</p>	Prueba final de evaluación objetiva de conocimientos teóricos y/o prácticos	20
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	<p>Se determinará a partir de cantidad y sobre todo calidad de intervenciones con criterio y razonadas en el aula, a partir de conocimientos suministrados (ponentes, profesor, lecturas obligatorias y recomendadas, especialmente). Se valorará la actitud favorable hacia el aprendizaje y hacia el trabajo grupal y colectivo. Se podrá determinar también a partir de la capacidad del alumno para integrarse en grupos de trabajo y a partir de la interacción con el profesorado.</p> <p>Actividad no recuperable.</p>	Implicación, actitud y proactividad hacia el aprendizaje y el trabajo colaborativo en sesiones teórico-prácticas	10



<p>ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE</p>	<p>Para valorar el proyecto (y/o prácticas) se tendrán en cuenta los aspectos relacionados con la originalidad de la propuesta y la adecuación a lo exigido por el profesorado. Se tendrá en cuenta el diseño del documento y de la presentación así como la calidad en la oratoria y presentación verbal, la calidad de la investigación realizada y el manejo de fuentes primarias y secundarias de información. Se tendrá en cuenta las conclusiones y las aportaciones, especialmente. Se tendrá en cuenta el número de miembros que han trabajado en el proyecto y en la complementariedad de los perfiles de los integrantes del grupo. El profesorado determinará el número óptimo de miembros (preferentemente 3).</p> <p>De solicitarse alguna práctica individual o grupal además del proyecto grupal, se indicará su peso en la nota final.</p> <p>Esta actividad es recuperable en próxima convocatoria</p>	<p>Proyecto grupal y prácticas individuales, en su caso.</p>	<p>70</p>
--	---	--	-----------