

GUÍA DOCENTE

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

**GRADO EN P ROTOCOLO, ORGANIZACIÓN DE
EVENTOS Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA
(PRESENCIAL)**

CURSO 2023/2024

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

IA. Identificación de la Asignatura	
Asignatura	GESTION CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	Segundo curso, segundo semestre
Nº de créditos	6,0 ECTS
Idioma en el que se imparte	Castellano
Campus virtual	https://www.cedeu.es/
Calendarios y horarios	https://www.cedeu.es/grados-universitarios/grado-en-protocolo-les

IB. Profesorado	
Personal docente	
Correo electrónico	
Categoría	
Tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a través de correo electrónico.
Tiempo estimado de respuesta en comunicaciones profesor-alumno	48 h (días lectivos) desde la recepción del correo electrónico/mensaje privado enviado a través del sistema de comunicaciones del campus virtual.

II. Presentación (Objetivos de la asignatura)
<p>La asignatura de Gestión Corporativa de Imagen y Marca es una asignatura obligatoria de segundo curso de seis créditos.</p> <p>Esta asignatura de carácter introductorio tiene como principal objetivo iniciar a los alumnos de Grado en Protocolo, Organización de Eventos y Comunicación Corporativa en los conceptos básicos, instrumentos y decisiones de la Gestión Corporativa. Al mismo tiempo que se introducen las primeras nociones de Imagen y Marca, se pretende preparar a los estudiantes para adquirir conocimientos relacionados con esta disciplina tales como: Conocer las diferencias entre identidad e imagen institucional, saber planificar un cambio de identidad corporativa institucional, saber desarrollar un manual de identidad corporativa y manejar los intangibles de la marca.</p> <p>Como requisitos previos, se recomienda que el alumno aborde la asignatura con cierto dominio de las competencias: Trabajo en grupo, capacidad de análisis y de síntesis, habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas, motivación por la calidad y rigor en el trabajo.</p>

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

Consideraciones generales en la evaluación de la asignatura: Sin menoscabo de los derechos y deberes de los estudiantes recogidos en el Estatuto del estudiante (RD 1791/2010), en los Estatutos de la URJC y en su Normativa interna, el alumno debe atender a las siguientes aclaraciones:

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN.- La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión universitaria. Cada profesor determinará los criterios de corrección.

TRABAJOS UNIVERSITARIOS.- Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El profesor podrá orientarte al respecto y determinará los criterios de corrección. Recuerda: el plagio, que debe demostrarse, es un delito.

REQUISITOS DE REVALUACIÓN.- El alumno podrá reevaluarse de aquellas pruebas de evaluación no superadas siguiendo los criterios establecidos por el profesor en cada caso en cada convocatoria.

CALENDARIO DE EVALUACIÓN.- Las fechas oficiales de los exámenes se publicarán en la web de la Universidad.

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

III. Competencias Básicas y Generales
Competencias Generales
CG02. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica
CG04. Comunicación oral y escrita en la lengua del Grado
CG06. Capacidad de organización y planificación
CG07. Conocer las técnicas de organización del trabajo y la gestión empresarial.
CG13. Reconocimiento a la diversidad y multiculturalidad. Conocer otras culturas y costumbres
CG14. Capacidad para razonar críticamente y capacidad de autocrítica
Competencias específicas
CE11. Conocimiento del entorno profesional y empresarial relacionado con el ejercicio de la profesión.
CE13. Ser capaz de transmitir diferentes mensajes, a todo tipo de públicos discriminando la información de modo preciso.
CE14. Conocer los principios generales de la comunicación corporativa, así como el funcionamiento de los medios en su relación con las instituciones y/o empresas.
CE15. Conocimiento del ecosistema de medios de comunicación online y uso de las herramientas de comunicación corporativa y marketing.
CE16. Conocer y saber aplicar el proceso de formación de identidad e imagen de marca de una institución o entidad.
CE17. Ser capaz de identificar, valorar y gestionar los intangibles de la empresa relacionados con la comunicación.
CE18. Ser capaz de gestionar la imagen y reputación corporativa de manera integral.
CE28. Adquirir los conocimientos necesarios sobre escenografía de actos y saber aplicarlos en la organización de los mismos.
Capacidad para la crítica y control del diseño o ideación gráfica relacionado con un evento corporativo.

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

IV. Actividades Formativas			
Tipo	Contenido	HORAS	PRESEN.
AF1.Preparación de contenidos teóricos	Búsqueda, selección, análisis y comentario de doctrina, jurisprudencia y legislación. Lecturas recomendadas y otros.	36	Todas estas actividades podrán ser realizadas de forma presencial o en remoto, según la evolución de la situación sanitaria
AF2.Trabajos individuales	Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20	
AF3.Trabajos colectivos	Esta metodología docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	
AF4. Debate y Crítica constructiva	El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclava esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	
AF5.Tutorías académicas	Los alumnos se reunirán periódicamente con el profesor para que éste pueda orientarles y guiarles en el proceso de adquisición de las competencias.	20	
AF6. Asistencia a seminarios	Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	10	

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

Las clases y tutorías se realizarán inicialmente de forma presencial. En función de la evolución de la situación sanitaria, estas actividades podrían realizarse de forma remota a través del Aula Virtual.

V. Metodologías docentes	
Tipo	Contenido
MD1.Clases Teóricas	Mediante clases magistrales se expondrán y explicarán los conocimientos básicos que deben adquirirse en las asignaturas, suscitando el debate y guiando el estudio de los mismos.
MD2.Clases Prácticas	Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de cada materia.
MD3. Tutorías	Intercambio de ideas y resolución de dudas con el profesor correspondiente sobre los contenidos de cada asignatura y la realización de los trabajos prácticos. Pueden realizarse también a través de los recursos on line (p.ej. correo electrónico o chat)
Todas estas actividades podrán ser realizadas de forma presencial o en remoto, según la evolución de la situación sanitaria.	

VI. Sistema de Evaluación, ponderación y descripción de las pruebas
<p>Nota importante: No se podrá superar la asignatura en el caso de que la parte correspondiente a los trabajos de evaluación (Prueba 1) o la parte correspondiente a la realización de la prueba escrita (Prueba 3) no estén aprobadas con una calificación final igual o superior a 5 puntos en una escala de 0 a 10.</p> <p>Para poder acogerse a las condiciones de la Evaluación Ordinaria que figuran en el apartado VI.A el alumno debe haber superado la asistencia en la materia, igual o superior a 85%.</p> <p>En el caso de que la asistencia sea inferior al 85%, la calificación final ordinaria de la asignatura se calculará solo teniendo en cuenta el porcentaje del examen (Prueba 3), reflejado en la Tabla VI.A. No obstante, para poder aprobar, debe cumplirse obligatoriamente la condición de tener los trabajos de la asignatura (Prueba 1) aprobados con una calificación igual o superior a 5 puntos.</p> <p>En la convocatoria extraordinaria no se tendrá en cuenta la asistencia, por lo que, en caso de tener las pruebas reevaluables aprobadas y que la calificación final ponderada, en función a los porcentajes de la Tabla VI. B, sea superior a 5 puntos, la asignatura estará aprobada en convocatoria extraordinaria.</p> <p>El alumno que no supere la Prueba 1 y/o 3 (por no entregar en fecha, no asistir a la exposición o no demostrar el grado de profundidad requerido) no podrá superar la asignatura en la Evaluación Ordinaria, obteniendo una calificación máxima de 4,0, independientemente de la nota obtenida en la prueba teórico-práctica.</p> <p>El alumno que no supere en la Evaluación Ordinaria la prueba 2 no liberatoria (realización de</p>

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

actividades prácticas dentro del aula y campus virtual), por no entregar en fecha o no demostrar el grado de profundidad requerido, no tendrá la posibilidad de la recuperación de la prueba 2 en la Evaluación Extraordinaria.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

En el caso de que el alumno no supere la asignatura, la calificación obtenida en las pruebas 1, 2 y 3 de la asignatura durante el curso en cualquier evaluación no se reservará para el curso siguiente.

Evaluación Ordinaria:

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen en el apartado VI.A. *Criterios aplicables a la evaluación ordinaria* que se encuentra a continuación.

Para poder superar la Evaluación Ordinaria, los alumnos con una asistencia igual o superior al 85%, deben haber presentado y superado obligatoriamente la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) y superado la prueba 3 evaluatoria final (prueba teórico-práctica presencial). Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

Todos los alumnos que no superen la evaluación ordinaria deberán realizar y superar las pruebas correspondientes a la Evaluación Extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en esta guía en el caso de: A) no superar la prueba escrita final correspondiente a la Evaluación Ordinaria; B) no haberse presentado a la evaluación de la convocatoria reseñada; o C) no haber entregado y superado o igualado la calificación media de 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, en la entrega de la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos).

Para poder acogerse a las condiciones de la Evaluación Ordinaria que figuran en el apartado VI.A el alumno debe haber superado la asistencia en la materia, igual o superior a 85%.

Todas las Pruebas 1 o 2 en Evaluación Ordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado en el campus virtual, o indicado por el docente en la clase, no serán tenidas en cuenta.

Evaluación Extraordinaria:

Los alumnos que no consigan superar la Evaluación Ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una Evaluación Extraordinaria (reevaluación) para verificar la adquisición de las competencias establecidas en esta guía. Los criterios aplicables se encuentran

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

en el siguiente apartado VI.B.

El alumno que no supere la prueba 1 de la Evaluación Ordinaria, deberá realizar una nueva en la Evaluación Extraordinaria. No será necesario realizar de nuevo la prueba 3, el examen final, si ya lo ha superado en la evaluación ordinaria con una calificación superior a 5,0. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

El alumno que no supere la prueba 3 en la Evaluación Ordinaria, deberá realizar una nueva en la Evaluación Extraordinaria. No será necesario realizar de nuevo la prueba 1 si ya la ha superado en la evaluación ordinaria con una calificación superior a 5,0. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

Todas las Pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado en el campus virtual, o indicado en la clase por el docente, no serán tenidas en cuenta.

Ejemplo de posibles casos:

Caso 1: En el caso de haber entregado la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) requerida en la Evaluación Ordinaria y que la calificación de ella sea superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, pero no haber superado o no haberse presentado a la prueba 3 final liberatoria (prueba teórico-práctica presencial) en Evaluación Ordinaria, los alumnos deberán realizar prueba 3 final liberatoria de la Evaluación Extraordinaria, en la que tendrán que obtener una calificación igual o superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, para que ponderen con la calificación de las pruebas acumulativas ya realizadas. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Caso 2: En el caso de haber superado la prueba 3 liberatoria final (prueba teórico-práctica presencial) en la Evaluación Ordinaria con una calificación final mayor de 5.0 en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, pero no haber superado la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) en la Evaluación Ordinaria, se planteará una nueva prueba 1, tras la Evaluación Ordinaria, que el alumno deberá entregar, como fecha límite, el día antes del comienzo del periodo de exámenes de Evaluación Extraordinaria. Todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Caso 3: En el caso de que el alumno no haya entregado o no haya superado las pruebas 1 y 3 acumulativas en la Evaluación Ordinaria, deberá presentar y superar la prueba 1 acumulativa (presentación de trabajos) con una calificación superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos y superar la prueba 3 final liberatoria (prueba teórico-práctica presencial) con una calificación superior a 5.0 puntos en una escala de 0.0 a 10.0 puntos. Esta prueba 1 acumulativa estará disponible en el campus virtual tras el periodo de Evaluación Ordinaria. Tendrá que ser entregada, como fecha límite, el día antes del comienzo del periodo de exámenes de Evaluación Extraordinaria. Todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Si tras la realización de la Evaluación Extraordinaria, el alumno no supera la media de 5,0 en todas las pruebas acumulativas liberatorias 1 y 3, la asignatura quedará finalmente como suspenso, calificada con el menor valor obtenido en las pruebas realizadas en las dos convocatorias.

Caso 4: Los alumnos que por tener una asistencia menor a 85% no puedan acogerse a todos los criterios de la Evaluación Ordinaria, serán valorados exclusivamente sobre el porcentaje correspondiente a la nota del examen final, prueba 3, teniendo en cuenta las restricciones que figuren en esta Guía Docente. Igualmente, todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

VI.A Criterios aplicables a la evaluación ordinaria				
VI.A. Sistema de evaluación	Tipo [1] Criterios aplicables a la evaluación continua (convocatoria ordinaria)		Ponderación	Periodo
Prueba 1:	Acumulativa			
Presentación de trabajos.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	30%	Durante el Curso o Semestre
Prueba 2:	Acumulativa			
Realización de actividades prácticas dentro del aula y		No Reevaluable.	20%	Durante el Curso o

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

campus virtual (trabajos individuales, comentarios de texto o artículos, pruebas, foros, debates).				Semestre
Prueba 3:	Acumulativa			
Prueba teórico-práctica presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	50%	Al final del Curso o Semestre
TOTAL			100%	

VI.B Criterios aplicables a la evaluación extraordinaria				
VI.B. Sistema de evaluación	Tipo [2] Criterios aplicables a la evaluación extraordinaria (convocatoria extraordinaria)		Ponderación	Periodo
Prueba 1:	Acumulativa			
Presentación de trabajos.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable	30%	Durante el Curso o Semestre
Prueba 2:	Acumulativa			
Realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual (trabajos individuales, comentarios de texto o artículos, pruebas, foros, debates).		No Reevaluable	20%	Durante el Curso o Semestre
Prueba 3:	Acumulativa			
Examen final presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable.	50%	Al final del Curso o Semestre
TOTAL			100%	

GESTIÓN CORPORATIVA DE IMAGEN Y MARCA

VII. A. Programa de la asignatura

Tema 1: Identidad Corporativa

Tema 2: El comportamiento corporativo

Tema 3: La imagen corporativa

Tema 4: Plan estratégico de imagen

Tema 5: La Reputación Corporativa y Responsabilidad social Corporativa.

Tema 6: Mix de Comunicación.

Tema 7: El Posicionamiento

Tema 8: Gestión de intangibles y El Branding

VIII. Bibliografía

Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial. María Teresa Pintado Blanco y Joaquín Sánchez Herrera. Editorial: ESIC; 8a Edición.

"La gestión profesional de la imagen corporativa". Justo Villafañe. Pirámide - Madrid 1999

Bibliografía de consulta

Nicholas Ind. "La Imagen Corporativa". Díaz de Santos - Madrid 1992

Wally Ollins. "Identidad corporativa". Celeste Ediciones - Madrid 1991

Aaker, D., & del Blanco, R. A. (2014). "Las marcas según Aaker". Ediciones Urano

Capriotti, Paul. "Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa". Edita: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (Málaga, España). Febrero 2013