



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

#### 1. Datos

**Materia:** IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA  
**Código:** FLC0271  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Marzo-2018 a Julio-2018  
**Profesor:** DURAN GONZALEZ ANA MARIA  
**Correo electrónico:** aduran@uazuay.edu.ec  
**Prerrequisitos:**

Código: FLC0257 Materia: DISEÑO GRAFICO II

**Nivel:** 8

**Distribución de horas.**

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
5				5

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

Se definirán los conceptos que permiten la comprensión cabal de los fenómenos de la identidad e imagen, para tener la capacidad de gestionarlos a través de un plan estratégico de comunicación corporativa, así como desarrollar programas de identidad gráfica y de desarrollo de marca.

La materia es importante porque permite que el egresado esté en capacidad de gestionar de manera reflexiva y crítica una identidad coherente y sólida, así como una imagen corporativa que la refleje tal cual es, a través de un manejo estratégico de la comunicación mercadológica, institucional y organizacional.

Los contenidos de la materia guardan complementariedad con contenidos de otras asignaturas como Relaciones Públicas, Comunicación Organizacional y Comunicación Estratégica; pues esas disciplinas, sumadas a la acción factual de la organización aportan a la gestión de la identidad e imagen corporativa.

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

<b>1.</b>	<b>La situación actual del mercado.</b>
1.1.	Homogenización de los productos y servicios. Saturación de la oferta de productos – servicios. (2 horas)
1.2.	Cambios cualitativos en los públicos. Consecuencias de los cambios. (2 horas)
1.3.	Aceleración del consumo. Saturación comunicativa (2 horas)
<b>2.</b>	<b>El concepto de imagen corporativa.</b>
2.1.	La polisemia del término imagen. Las concepciones predominantes acerca de la imagen en la empresa. (2 horas)
2.2.	Niveles de imagen. (2 horas)
<b>3.</b>	<b>La estructura de la imagen corporativa.</b>
3.1.	La imagen corporativa como una estructura mental cognitiva. (2 horas)

3.2.	Clases de atributos. (2 horas)
3.3.	Características y funciones de la imagen corporativa (4 horas)
<b>4.</b>	<b>El proceso de formación de la imagen corporativa.</b>
4.1.	El origen de la información. (4 horas)
4.2.	La circulación y obtención de la información. (4 horas)
4.3.	La construcción mental de la imagen corporativa. (4 horas)
<b>5.</b>	<b>La planificación estratégica de la imagen corporativa.</b>
5.1.	Análisis interno de perfil corporativo. (4 horas)
5.2.	Análisis externo de perfil corporativo. (4 horas)
5.3.	Definición del perfil de identificación corporativo. (4 horas)
5.4.	Comunicación del perfil corporativo. (4 horas)
<b>6.</b>	<b>El programa de identidad.</b>
6.1.	Ejecución de un programa de identidad. (4 horas)
6.2.	Lograr que el programa se asuma como algo propio. (4 horas)
6.3.	Evaluación de un programa de identidad. (4 horas)
6.4.	Premisas para el diseño de Programas de Identidad. (4 horas)
<b>7.</b>	<b>El significado de la marca</b>
7.1.	Tipos de asociaciones de marca (4 horas)
7.2.	Actitudes (4 horas)
7.3.	Asociaciones centrales (4 horas)
7.4.	El marco del significado de la marca (4 horas)

## 5. Sistema de Evaluación

### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

#### Resultado de aprendizaje de la materia

#### bn. Estructura procesos de formación de identidad e imagen corporativa, a través de la planificación estratégica comunicacional.

	Evidencias
-Analiza y formula recomendaciones sobre un manual de identidad gráfica.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Informes -Proyectos -Reactivos
-Estructura un Plan Estratégico de imagen corporativa.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Informes -Proyectos -Reactivos
-Reconoce y analiza conceptos relacionados con los fenómenos de identidad e imagen, así como con su proceso de formación.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Informes -Proyectos -Reactivos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Se evaluará la comprensión del proceso de construcción y procesamiento de imagen corporativa frente a los distintos públicos.	El concepto de imagen corporativa., La situación actual del mercado.	APORTE 1	5	Semana: 4 (02/04/18 al 07/04/18)
Proyectos	Se realizará un diagnóstico completo sobre la imagen corporativa de la empresa frente a sus públicos	El proceso de formación de la imagen corporativa., La estructura de la imagen corporativa.	APORTE 2	10	Semana: 8 (01/05/18 al 05/05/18)
Proyectos	Se presentará el diagnóstico de imagen y una propuesta del Plan	El programa de identidad., La planificación estratégica de la imagen corporativa.	APORTE 3	15	Semana: 12 (28/05/18 al 02/06/18)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	de Imagen Corporativa para la empresa				
Evaluación oral	Los estudiantes expondrán su Plan de Imagen ante los ejecutivos de las Empresas	El programa de identidad., La planificación estratégica de la imagen corporativa.	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Evaluación escrita	Se tomará un examen teórico sobre todos los capítulos de la materia	El significado de la marca	SUPLETORIO	20	Semana: 19 ( al )

### Metodología

La asignatura se basa en lecturas de los estudiantes, discusiones en el curso y la aplicación práctica en organizaciones reales de selección de los estudiantes. Se utilizarán, diapositivas, videos, foros y otros recursos.

### Criterios de Evaluación

La asignatura se basa en lecturas de los estudiantes, discusiones en el curso y la aplicación práctica en organizaciones reales de selección de los estudiantes. Se utilizarán, diapositivas, videos, foros y otros recursos.

La calificación de todas las evidencias se realizará en la fecha convenida para ello, no se recibirán trabajos fuera del plazo, excepto el examen interciclo, cuya calificación en segunda convocatoria será sobre 8 puntos.

En las pruebas y exámenes se calificará la asimilación de los contenidos teóricos en reactivos (preguntas cerradas de opción múltiple), así como las argumentaciones, criterios y comentarios en torno a las preguntas de razonamiento y la explicación adecuada frente a aplicaciones prácticas.

En las presentaciones se calificará la extracción de ideas fundamentales, los aspectos de forma, la redacción y ortografía y la exposición clara y completa ante la clase.

En las actividades prácticas se calificará la aplicación de los conceptos estudiados, el cumplimiento puntual de cada una de las tareas y la calidad de las mismas. Para los informes se utilizará rúbrica.

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
BATEY, MARK	GRANICA	El significado de la marca	2013	
Chavez, Norberto	Gustavo Gili	La Imagen Corporativa, Teoría y metodología de la identificación institucional	2003	
Capriotti Perí, Paul	Editorial	Planeación Estratégica de la Imagen Corporativa	2013	
Capriotti Perí, Paul	Andros Impresores,	Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa	2009	

#### Web

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

Autor	Título	Url
Galán, Javier,	GESTIÓN VECTORIAL DE LA IMAGEN CORPORATIVA	<a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520724022">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520724022</a>
Formanchuk, Alejandro,	Comunicación Interna, Externa e Imagen Corporativa: Nuevos Paradigmas para una Economía Global	<a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520713024">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520713024</a>
Solano Santos, Luis Felipe	RELACIONES PÚBLICAS, RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA E IMAGEN PÚBLICA EN LA ACTUAL CRISIS	<a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525752966002">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525752966002</a>
Gómez Nieto, Begoña,	NUEVOS ENFOQUES PARA LA IMAGEN	<a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524700026">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524700026</a>

Autor	Título	Url
	CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS: EL CASO TELEFÓNICA	
<b>Software</b>		

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **13/03/2018**

Estado: **Aprobado**