Facultad de Bellas Artes

Grado en Diseño

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

Imagen Corporativa
(2020 - 2021)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Imagen Corporativa	Código: 199470904

- Centro: **Facultad de Bellas Artes**
- Lugar de impartición: **Facultad de Bellas Artes**
- Titulación: **Grado en Diseño**
- Plan de Estudios: **G047 (Publicado en 2012-04-13)**
- Rama de conocimiento: **Artes y Humanidades**
- Itinerario / Intensificación:
- Departamento/s:
  Bellas Artes
- Área/s de conocimiento:
  Dibujo
- Curso: **Optativas 3º y 4º**
- Carácter: **Optativa**
- Duración: **Segundo cuatrimestre**
- Créditos ECTS: **6,0**
- Modalidad de impartición: **Presencial**
- Horario: **Enlace al horario**
- Dirección web de la asignatura: **http://www.campusvirtual.ull.es**
- Idioma: **Castellano**

2. Requisitos para cursar la asignatura

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: **CARLOS JIMENEZ MARTINEZ**

- Grupo:

General
- Nombre: **CARLOS**
- Apellido: **JIMENEZ MARTINEZ**
- Departamento: **Bellas Artes**
- Área de conocimiento: **Dibujo**

Contacto
- Teléfono 1: **922316502 Ext. 6504**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **carjimen@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **https://carjimen.webs.ull.es/**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	11:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Todo el cuatrimestre		Jueves	11:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Todo el cuatrimestre		Viernes	11:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Observaciones: Con cita previa por correo electrónico: carjimen@ull.edu.es						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
Todo el cuatrimestre		Martes	11:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Todo el cuatrimestre		Jueves	11:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Observaciones: Con cita previa por correo electrónico: carjimen@ull.edu.es						

Profesor/a: **ISRAEL PÉREZ LÓPEZ**

- Grupo:

General
- Nombre: **ISRAEL**
- Apellido: **PÉREZ LÓPEZ**
- Departamento: **Bellas Artes**
- Área de conocimiento: **Dibujo**

Contacto
- Teléfono 1:
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **iperezlo@ull.es**
- Correo alternativo: **iperezlo@ull.edu.es**
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho

Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a
Todo el cuatrimestre		Jueves	10:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a
Observaciones: Es necesario concertar una cita previa vía email (iperezlo@ull.edu.es)						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
10-02-2021	09-03-2021	Miércoles	08:30	14:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a
10-03-2021	06-04-2021	Lunes	09:00	12:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a
10-03-2021	06-04-2021	Martes	09:00	12:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a
07-04-2021	18-07-2021	Lunes	10:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a
07-04-2021	18-07-2021	Martes	10:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a
Observaciones: Es necesario concertar una cita previa vía email (iperezlo@ull.edu.es)						

Profesor/a: **MARÍA JOSÉ REQUENA DURÁN**

- Grupo:

General
- Nombre: **MARÍA JOSÉ**
- Apellido: **REQUENA DURÁN**
- Departamento: **Bellas Artes**
- Área de conocimiento: **Dibujo**

Contacto
- Teléfono 1:
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **extmrequena@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
05-10-2020	31-10-2020	Lunes	08:30	11:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76 A
05-10-2020	31-10-2020	Martes	10:30	11:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76 A
05-10-2020	31-10-2020	Viernes	08:30	11:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76 A
01-11-2020	19-01-2021	Lunes	08:30	11:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76 A
01-11-2020	19-01-2021	Martes	08:30	11:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76 A
Observaciones: Con cita previa por correo electrónico: extmrequena@ull.edu.es Periodo lectivo sin docencia: Martes de 9:00 a 15:00 h.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
10-02-2021	21-05-2021	Jueves	10:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76 A
10-02-2021	21-05-2021	Viernes	10:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76 A
Observaciones: Con cita previa por correo electrónico: extmrequena@ull.edu.es Periodo lectivo sin docencia Martes de 9:00 a 15:00 h.						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Materias Optativas**
Perfil profesional: **Diseñador gráfico.**

5. Competencias

Específicas

E1 - Saber diseñar, es decir, poseer los conocimientos suficientes para analizar datos, sintetizar formas, proponer y defender un concepto de diseño y desarrollarlo hasta que pueda ser llevado a la práctica y fabricarse
E2 - Saber identificar problemas que se pueden resolver mediante el diseño, plantearlos como problemas de diseño, proveerse de los datos pertinentes para desarrollar el proyecto, proponer un concepto de diseño y decidir criterios de formalización, elegir los materiales y procedimientos constructivos adecuados en cada caso, controlar la coherencia en la toma de decisiones y evaluar los resultados obtenidos.
E5 - Conocer los valores simbólicos y los procesos de semiosis para poder diseñar productos, comunicados, sistemas y servicios.
E8 - Conocer las tendencias del mercado del Diseño Gráfico y la Comunicación Visual.

Generales

G1 - Compromiso ético: capacidad crítica ante los problemas tal como le son planteados y autocrítica para evaluar la calidad de la obra propia en sí misma y contextualizada. Capacidad de buscar soluciones orientadas a la universalidad de uso y la igualdad de oportunidades y la igualdad entre hombres y mujeres.
G3 - Trabajo en equipo: capacidad para colaborar con los demás y de contribuir a un proyecto común; capacidad para colaborar en equipos interdisciplinares y multiculturales.
G6 - Capacidad para formular juicios independientes y articular argumentos. Supone estar familiarizado con el trabajo académico, sus modelos de rigor y sus procedimientos habituales; saber documentarse y gestionar la información específica según las materias y las tareas concretas; saber seleccionar y emplear adecuadamente las fuentes de información y su diversidad. Capacidad de analizar e interpretar las fuentes documentales y literarias.
G9 - Emplear tanto el pensamiento convergente como divergente en los procesos de observación, investigación, especulación, visualización y actuación.

Básicas

B2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
B3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
B4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

Temas:
1. Distinción entre Identidad Corporativa e Imagen Corporativa: el concepto comunicacional, el concepto estratégico. La posición del diseñador con respecto a los niveles estratégicos de comunicación.
2. Elementos de la Imagen Corporativa: identidad corporativa, naming, herramientas del lenguaje visual, aplicaciones, tagline…
3. Desarrollo de Imagen Corporativa: investigación, enfoque, análisis de problemas de comunicación, concepto estratégico, concepto formal, formalización, desarrollo en un lenguaje visual y verbal, dimensión territorial de las marcas.
4. Presentación: exposición y defensa de estrategias y argumentos. Relación con el cliente. Manuales y otras herramientas

de implantación de la Imagen Corporativa.

Actividades a desarrollar en otro idioma

Bibliografía y links de apoyo en el aula virtual.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

La asignatura se oferta como materia optativa tanto para los alumnos de 3º curso como para los de 4º curso.
Esta asignatura es fundamental para la inserción del estudiante en el mercado laboral, por ello se tiene como objetivo formar profesionales con éxito. Imagen Corporativa consta con parte teórica y parte práctica, por lo que no se puede entender la una sin la otra, y el objetivo de ello es adaptar el proceso de aprendizaje a las diferentes capacidades, necesidades e intereses de los alumnos, según el curso del que procedan.
Las clases teóricas se desarrollarán entorno a proyectos reales, y los alumnos tendrán una participación activa.
Se organizarán seminarios con diferentes profesionales que expondrán sus trabajos y se podrá contar con su tutorización directa para el desarrollo de los proyectos planteados en el aula por los alumnos.
Los proyectos se realizarán tanto individualmente como en grupo. Se plantea realizar dos proyectos; el primero como una práctica de aprendizaje para asentar los contenidos teóricos de la asignatura, y el segundo la creación de un proyecto de imagen corporativa por el alumno.
Además de las competencias profesionales más directas sobre la materia, se forma al alumno en la iniciativa personal, en el trabajo grupal, en la búsqueda de soluciones a los problemas dados y a un acercamiento real al mundo de la empresa.
Además, se profundiza en la realidad comunicativa de las organizaciones y las opciones para crear y proyectar su imagen pública ante sus diferentes públicos.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	20,00	0,00	20,0	[E5], [E8], [G1], [G3], [G9], [B2], [B3], [B4], [G6]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	30,00	0,00	30,0	[E5], [E8], [G1], [G3], [G9], [B2], [B3], [B4], [G6], [E2], [E1]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	10,00	0,00	10,0	[E8], [G1]

Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	60,00	60,0	[E5], [E8], [G1], [G3], [G9], [B2], [B3], [B4], [G6], [E2], [E1]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	30,00	30,0	[E5], [E8], [G1], [G9], [B3], [B4], [G6], [E2]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Carter, David E. (2003): Global corporate identity :New York : Harper Design International.
Chaves, Norberto (2005): La imagen corporativa : teoría y práctica de la identificación institucional. Barcelona: GG
Costa, Joan (2010): El DirCom hoy: dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía. Barcelona: Costa Punto Com.
Costa, Joan (2004): La imagen de marca: un fenómeno social. Barcelona, Paidós.
Costa, Joan (2010): La comunicación : 10 voces esenciales / Abraham Moles ... Barcelona : CPC
Davis, Melissa (2010):Fundamentos del branding :Barcelona : Parramón.

Bibliografía Complementaria

Gil, Jesús, Chema León, Francisco Echeverría. (2008):Branding : estilo local o globalización?:Barcelona : Index Book, cop.
Hyland, Angus, Emily King (2006):Cultura e identidad el arte de las marcas:Barcelona : Blume.
Klein, Naomi (2016) :No logo : el poder de las marcas [traducción de Alejandro Jockl].:Barcelona : Paidós.
Serrats, Marta (2006):Imagen gráfica : aplicaciones en espacios públicos:Barcelona : Maomao.
Villafañe, Justo (2011):Gestión profesional de la imagen corporativa: Madrid : Pirámide.

Otros Recursos

Recursos en el aula virtual

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

Para la evaluación consideramos las unidades temáticas para la realización y desarrollo de un proyecto de Imagen Corporativa para una identidad pública o privada en Canarias (conceptualización, factibilidad, funcionalidad, originalidad, técnica y presentación).

Se recomienda al alumno que curse la asignatura en régimen de evaluación continua.

EVALUACIÓN CONTINUA

Para la evaluación final, habiendo optado por la evaluación continua, se tendrán en cuenta los siguientes criterios de ponderación:

a) Pruebas objetivas: 20%.

Esta parte de la nota comprende la asistencia a los seminarios organizados y de los trabajos que se plantearán en el aula virtual a lo largo del cuatrimestre. A través de estos trabajos individuales que el alumno deberá entregar se calificará el dominio de los conocimientos teóricos.

b) Trabajos y proyectos: 60%

- La memoria del proyecto.
- El manual del proyecto y todo el material gráfico, audiovisual y digital elaborado para el mismo.
- La presentación pública del proyecto.

A través de este proyecto se calificará el nivel de trabajo, la argumentación, coherencia, destreza, la búsqueda de soluciones y funcionalidad.

Es obligatoria la entrega del proyecto tanto en formato papel como en formato digital (PDF).

c) Escala de actitudes: 20%.

La participación en clase es un factor importante, si se ha optado por la evaluación continua. Este porcentaje de la nota representa el grado de compromiso con la asignatura, la asistencia, la participación en las clases, la asistencia a las visitas organizadas por el profesor, la participación activa en el espacio virtual, etc. Por lo tanto, se tendrá un exhaustivo seguimiento de la asistencia a las horas de clase (y por consiguiente, se recomienda asistir a clase).
Esta parte de la nota es fundamental para la evaluación continua, puesto que si no se cumple con un mínimo del 70% de asistencia a clase (42 horas de clase), automáticamente se traslada al alumnado al criterio de evaluación única.

- Esto será así, salvo para aquellos casos previstos en el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna (BOC de 19 de enero de 2016)

EVALUACIÓN ÚNICA

Para el alumnado cuya falta de asistencia pueda suponer la pérdida de la evaluación continua o bien, no pueda o no desee acogerse a esta modalidad de evaluación y así lo manifieste y justifique, tal y como se recoge el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna (BOC de 19 de enero de 2016) podrá presentarse a cualquiera de las convocatorias oficiales previstas.
Este alumnado deberá entregar todos los trabajos prácticos que correspondan a la calificación del 20 % de la nota (pruebas objetivas), y el proyecto final, que en este caso corresponderá al 80 % de la nota restante. En este 80 % de la nota se encuentra:

- La memoria del proyecto.
- El manual del proyecto y todo el material gráfico, audiovisual y digital elaborado para el mismo.

- La presentación pública del proyecto.

A través de este proyecto se calificará el nivel de trabajo, la argumentación, coherencia, destreza, la búsqueda de soluciones y funcionalidad.

Es obligatoria la entrega del proyecto tanto en formato papel como en formato digital (PDF).

Además, dentro de esta parte de la calificación, se exige la asistencia de un mínimo de 5 tutorías espaciadas durante el cuatrimestre con el profesorado, en las que se realizará el debido, e indispensable seguimiento del desarrollo del proyecto final y de los trabajos que se realizan a lo largo del cuatrimestre.

- Cualquier otro aspecto no contemplado en este apartado se regirá por lo establecido en el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna (BOC de 19 de enero de 2016)

IMPORTANTE

Para superar la asignatura y para que las pruebas objetivas (20 %) y las pruebas de desarrollo (20%) se tengan en cuenta para la nota final, es necesario e indispensable obtener como mínimo un 30% del 60% (3 puntos sobre 6) correspondientes al proyecto final. En evaluación única, cambian los porcentajes (40% del 80%), pero se exige, de igual manera, 4 puntos sobre 8. En definitiva, el proyecto final debe de estar aprobado, como mínimo, para poder superar la asignatura.

No se evaluarán los trabajos y proyectos que no hayan sido realizados dentro de la dinámica de clases previamente mencionada y que no hayan contado con la asistencia y el seguimiento previos del profesorado. Este criterio se tiene en cuenta tanto para el alumnado de evaluación continua como para el de evaluación única, excluyendo la dinámica de clases para el alumnado de evaluación única, para el que solo se tendrán en cuenta las 5 tutorías mencionadas con anterioridad.

Además, este criterio se aplicará en todas las convocatorias para todo el alumnado matriculado.

Para la EVALUACIÓN CONTINUA, las fechas de entrega de los trabajos correspondientes a las pruebas objetivas (20% de la nota final) serán las que se dispongan, con la suficiente antelación, en el aula virtual.
Para la EVALUACIÓN ÚNICA, las fechas de entrega de los trabajos correspondientes a las pruebas objetivas (20% de la nota final) será en los llamamientos y convocatorias oficiales de examen de la asignatura.

La fecha de entrega del proyecto final será en los llamamientos y convocatorias oficiales de examen de la asignatura (aplicable a evaluación continua y evaluación única).

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[B4], [B3], [B2], [G6], [G1]	Recopilación de los ejercicios acompañados de una justificación teórica de cada uno de ellos: planteamiento, concepto, problemas y soluciones, decisiones estratégicas, etc.	20,00 %

Trabajos y proyectos	[B4], [B3], [B2], [G9], [G6], [G3], [G1], [E8], [E5], [E2], [E1]	Los ejercicios prácticos serán demostración de los conocimientos adquiridos y base para la adquisición de nuevos conocimientos. Se valora también la presentación y defensa de los mismos.	60,00 %
Escalas de actitudes	[B4], [G9], [G6], [G1], [E2]	Se valorará la asistencia a clase si es superior al 70%	20,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

El alumno será capaz de:
— Conocer y saber aplicar los conceptos teóricos y prácticos relativos al diseño y gestión de los programas de imagen corporativa.
— Plantear, definir y regular de manera estratégica las decisiones relativas al uso de los signos corporativos.
— Desarrollar el pensamiento creativo y reflexivo.
— Conocimiento de la metodología del proceso de desarrollo de la imagen corporativa.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

La asignatura se organiza fundamentalmente en torno a las clases teórico-practicas donde se desarrollaran los conocimientos a través de exposiciones magistrales combinadas con planteamientos de ejercicios, presentación y corrección crítica de los mismos a lo largo de todo el cuatrimestre.
Se complementará con las clases realizadas por profesionales del diseño invitados/as en forma de seminarios autoconclusivos.

Segundo cuatrimestre					
Semana	**Temas**	**Actividades de enseñanza aprendizaje**	**Horas de trabajo presencial**	**Horas de trabajo autónomo**	**Total**
Semana 1:	No hay clases (comienzan el 10 de febrero)		4.00	6.00	10.00
Semana 2:	Festivos locales. Lunes y martes de Carnaval.		4.00	6.00	10.00

Semana 3:	Pofesora María Requena: semanas 3, 4 y 5. 1.1. Distinción entre Identidad Corporativa e Imagen Corporativa. Planteamiento Práctico 1 1.2. Imagen Corporativa: el concepto comunicacional, el concepto estratégico. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: identidad corporativa Resultado Práctica. exposición y crítica (realizar una actividad práctica)	Presentación. Clases teóricas / clases prácticas.	4.00	6.00	10.00
Semana 4:	Pofesora María Requena: semanas 3, 4 y 5. 1.1. Distinción entre Identidad Corporativa e Imagen Corporativa. Planteamiento Práctico 1 1.2. Imagen Corporativa: el concepto comunicacional, el concepto estratégico. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: identidad corporativa Resultado Práctica. exposición y crítica (realizar una actividad práctica)	Clases teóricas / clases prácticas.	4.00	6.00	10.00

Semana 5:	Pofesora María Requena: semanas 3, 4 y 5. 1.1. Distinción entre Identidad Corporativa e Imagen Corporativa. Planteamiento Práctico 1 1.2. Imagen Corporativa: el concepto comunicacional, el concepto estratégico. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: identidad corporativa Resultado Práctica. exposición y crítica (realizar una actividad práctica)	Clases teóricas / clases prácticas. Pruebas objetivas. Seminario	4.00	6.00	10.00
Semana 6:	Pofesor Carlos Jiménez: semanas 6, 7 y 8. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: denominación, naming, tagline, aplicaciones. 2.2. Branding territorial: desarrollo estratégico territorial basado en la marca territorio. 2.3. Marca-ciudad, marca-región, marca-país, marca-turismo. Estudio de casos y realización de ejercicio práctico.	Clases teóricas / clases prácticas.	4.00	6.00	10.00

Semana 7:	Pofesor Carlos Jiménez: semanas 6, 7 y 8. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: denominación, naming, tagline, aplicaciones. 2.2. Branding territorial: desarrollo estratégico territorial basado en la marca territorio. 2.3. Marca-ciudad, marca-región, marca-país, marca-turismo. Estudio de casos y realización de ejercicio práctico.	Clases teóricas / clases prácticas.	4.00	6.00	10.00
Semana 8:	Pofesor Carlos Jiménez: semanas 6, 7 y 8. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: denominación, naming, tagline, aplicaciones. 2.2. Branding territorial: desarrollo estratégico territorial basado en la marca territorio. 2.3. Marca-ciudad, marca-región, marca-país, marca-turismo. Estudio de casos y realización de ejercicio práctico.	Clases teóricas / clases prácticas.	4.00	6.00	10.00

Semana 9:	Profesor Israel Pérez: semana 9, 10, 11, 12, 13 y 14. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: herramientas del lenguaje visual, aplicaciones. Planteamiento Práctico. 3.1. Desarrollo de Imagen Corporativa: concepto estratégico, concepto formal. 3.3. Imagen corporativa institucional en el ámbito cultural, museístico, expositivo. Resultado Práctica. Exposición y crítica. Debate sobre la imagen corporativa.	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	6.00	10.00
Semana 10:	Profesor Israel Pérez: semana 9, 10, 11, 12, 13 y 14. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: herramientas del lenguaje visual, aplicaciones. Planteamiento Práctico. 3.1. Desarrollo de Imagen Corporativa: concepto estratégico, concepto formal. 3.3. Imagen corporativa institucional en el ámbito cultural, museístico, expositivo. Resultado Práctica. Exposición y crítica. Debate sobre la imagen corporativa.	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	6.00	10.00

Semana 11:	Profesor Israel Pérez: semana 9, 10, 11, 12, 13 y 14. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: herramientas del lenguaje visual, aplicaciones. Planteamiento Práctico. 3.1. Desarrollo de Imagen Corporativa: concepto estratégico, concepto formal. 3.3. Imagen corporativa institucional en el ámbito cultural, museístico, expositivo. Resultado Práctica. Exposición y crítica. Debate sobre la imagen corporativa.	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	6.00	10.00
Semana 12:	Profesor Israel Pérez: semana 9, 10, 11, 12, 13 y 14. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: herramientas del lenguaje visual, aplicaciones. Planteamiento Práctico. 3.1. Desarrollo de Imagen Corporativa: concepto estratégico, concepto formal. 3.3. Imagen corporativa institucional en el ámbito cultural, museístico, expositivo. Resultado Práctica. Exposición y crítica. Debate sobre la imagen corporativa.	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	6.00	10.00

Semana 13:	Profesor Israel Pérez: semana 9, 10, 11, 12, 13 y 14. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: herramientas del lenguaje visual, aplicaciones. Planteamiento Práctico. 3.1. Desarrollo de Imagen Corporativa: concepto estratégico, concepto formal. 3.3. Imagen corporativa institucional en el ámbito cultural, museístico, expositivo. Resultado Práctica. Exposición y crítica. Debate sobre la imagen corporativa.	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	6.00	10.00
Semana 14:	Profesor Israel Pérez: semana 9, 10, 11, 12, 13 y 14. 2.1. Elementos de la Imagen Corporativa: herramientas del lenguaje visual, aplicaciones. Planteamiento Práctico. 3.1. Desarrollo de Imagen Corporativa: concepto estratégico, concepto formal. 3.3. Imagen corporativa institucional en el ámbito cultural, museístico, expositivo. Resultado Práctica. Exposición y crítica. Debate sobre la imagen corporativa.	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	6.00	10.00

Semana 15 a 17:	4. Presentación: exposición y defensa de estrategias y argumentos. Relación con el cliente. Manuales y otras herramientas de implantación de la Imagen Corporativa.	Exposiciones, supervisión y seguimiento de trabajos, proyectos	4.00	6.00	10.00
		Total	60.00	90.00	150.00