

Facultad de Bellas Artes

Grado en Diseño

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):

**Imagen Corporativa
(2021 - 2022)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Imagen Corporativa	Código: 199470904
<ul style="list-style-type: none">- 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 <ul style="list-style-type: none">- Nombre: CARLOS- Apellido: JIMENEZ MARTINEZ- Departamento: Bellas Artes- Área de conocimiento: Dibujo
Contacto <ul style="list-style-type: none">- 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		Lunes	12:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Todo el cuatrimestre		Miércoles	12:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Todo el cuatrimestre		Jueves	09:00	11:00	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		Lunes	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a
Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a

Observaciones: Las tutorías deben ser concertadas previamente a través del correo electrónico (iperezlo@ull.edu.es)

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	10:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a
Todo el cuatrimestre		Martes	10:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD76a

Observaciones: Las tutorías deben ser concertadas previamente a través del correo electrónico (iperezlo@ull.edu.es)

Profesor/a: JOSÉ ARTURO MARTÍN MORALES

- Grupo:

General

- Nombre: **JOSÉ ARTURO**
- Apellido: **MARTÍN MORALES**
- Departamento: **Bellas Artes**
- Área de conocimiento: **Dibujo**

Contacto

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

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
-------	-------	-----	--------------	------------	--------------	----------

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
-------	-------	-----	--------------	------------	--------------	----------

Observaciones:

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
Todo el cuatrimestre		Lunes	08:30	11:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD 76 A
Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD 76 A
Observaciones: Es necesario concertar una cita previa para la tutoría vía email 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
Todo el cuatrimestre		Jueves	10:15	13:15	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD 76 A
Todo el cuatrimestre		Viernes	10:15	13:15	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD 76 A
Observaciones: Es necesario concertar una cita previa para la tutoría vía email 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 interdisciplinarios 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

La asignatura se divide en 3 bloques teórico-prácticos interrelacionados, impartidos por 3 docentes, respectivamente.

BLOQUE 1. De la identidad a la imagen corporativa (25%)

- 1.1. Distinción entre Identidad Corporativa e Imagen Corporativa. Planteamiento Práctico
- 1.2. Imagen Corporativa: el concepto comunicacional, el concepto estratégico.
- 1.3. Elementos de la Imagen Corporativa: identidad corporativa, denominación, naming, tagline, aplicaciones.

BLOQUE 2. De la identidad institucional al branding territorial (25%)

- 2.1. La imagen de la ciudad: enfoques psicogeográficos, situacionistas y desde la semiótica visual en la configuración de "identidades" territoriales.
- 2.2. Branding territorial.
- 2.3. Marca-ciudad, marca-región, marca-país, marca-turismo. Estudio de casos y realización de ejercicio práctico.

BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura (50%)

- 3.1. Elementos de la Imagen Corporativa: herramientas del lenguaje visual, aplicaciones.
- 3.2. Desarrollo de Imagen Corporativa: concepto estratégico, concepto formal.
- 3.3. Imagen corporativa institucional en el ámbito cultural, museístico, expositivo.

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 alumnado de 3º como de 4º curso. Está orientada a la formación de profesionales competentes y reflexivos en una amplia diversidad de entornos de desempeño laboral. Imagen Corporativa comprende contenidos teórico-prácticos interrelacionados orientados a su aplicación proyectual, con el objetivo de adaptar el proceso de aprendizaje a las diferentes capacidades, necesidades e intereses del alumnado, según el curso del que procedan.

Las clases teóricas se desarrollarán entorno a proyectos reales, y el alumnado tendrá una participación activa.

Se organizarán salidas de campo y visitas de diferentes profesionales.

Los proyectos se realizarán tanto individualmente como en grupo. Cada uno de los tres bloques de la asignatura incluirá la realización de ejercicios de asimilación de contenidos y un proyecto específico.

Además de las competencias profesionales más directas sobre la materia, se forma al alumnado 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	[B4], [B3], [B2], [G9], [G6], [G3], [G1], [E8], [E5]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	30,00	0,00	30,0	[B4], [B3], [B2], [G9], [G6], [G3], [G1], [E8], [E5], [E2], [E1]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	10,00	0,00	10,0	[G1], [E8]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	60,00	60,0	[B4], [B3], [B2], [G9], [G6], [G3], [G1], [E8], [E5], [E2], [E1]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	30,00	30,0	[B4], [B3], [G9], [G6], [G1], [E8], [E5], [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

La asignatura se divide en tres bloques temáticos, impartidos por tres docentes diferentes. Si bien los contenidos están interrelacionados y concatenados, cada uno de los bloques se evalúa de manera independiente, de la siguiente manera:

- BLOQUE 1. De la identidad a la imagen corporativa= 25% de la calificación
- BLOQUE 2. De la identidad institucional al branding territorial= 25% de la calificación
- BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura= 50% de la calificación

Para aprobar la asignatura, cada uno de los bloques tiene que estar aprobado independientemente. Solo se hace media entre los bloques cuando todos ellos están aprobados.

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

EVALUACIÓN CONTINUA

Se tendrán en cuenta los siguientes criterios de entrega y evaluación:

a) Trabajos y proyectos: 80%

- La memoria y manual, en su caso, del proyecto, incluyendo y valorando: investigación y análisis, conceptualización, desarrollo y formalización, factibilidad, funcionalidad, originalidad, técnica, material gráfico, audiovisual y digital elaborado para el mismo y presentación
- 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).

b) 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 profesorado, 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 alumno al criterio de evaluación alternativa.

EVALUACIÓN ALTERNATIVA

Deberá entregar todos los trabajos y proyectos de los respectivos bloques, correspondientes al 80% de la calificación, con los mismos requisitos y criterios de entrega, presentación y calificación. El 20% restante, estará formado por ejercicios de asimilación y la asistencia a un mínimo de 4 tutorías espaciadas durante el cuatrimestre con el profesorado de la asignatura, 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.

IMPORTANTE:

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 alternativa, excluyendo la dinámica de clases para el alumnado de evaluación alternativa, para quienes solo se tendrá en cuenta las 4 tutorías mencionadas con anterioridad.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Trabajos y proyectos	[B4], [B3], [B2], [G9], [G6], [G3], [G1], [E8], [E5], [E2], [E1]	<p>a) Trabajos y proyectos: 80%</p> <p>- La memoria y manual, en su caso, del proyecto, incluyendo y valorando: investigación y análisis, conceptualización, desarrollo y formalización, factibilidad, funcionalidad, originalidad, técnica, material gráfico, audiovisual y digital elaborado para el mismo y presentación</p> <p>- La presentación pública del proyecto.</p> <p>A través de este proyecto se calificará el nivel de trabajo, la argumentación, coherencia, destreza, la búsqueda de soluciones y funcionalidad.</p> <p>Es obligatoria la entrega del proyecto tanto en formato papel como en formato digital (PDF).</p>	80,00 %
Informes memorias de prácticas	[E1]		0,00 %
Escalas de actitudes	[B4], [G9], [G6], [G1], [E2]	<p>b) Escala de actitudes: 20%.</p> <p>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 profesorado, 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 alumno al criterio de evaluación alternativa.</p>	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-prácticas 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 los/as 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:	BLOQUE 1. De la identidad a la imagen corporativa	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 2:	BLOQUE 1. De la identidad a la imagen corporativa	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 3:	BLOQUE 1. De la identidad a la imagen corporativa	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 4:	BLOQUE 1. De la identidad a la imagen corporativa	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 5:	BLOQUE 2. De la identidad institucional al branding territorial	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 6:	BLOQUE 2. De la identidad institucional al branding territorial	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 7:	BLOQUE 2. De la identidad institucional al branding territorial	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 8:	BLOQUE 2. De la identidad institucional al branding territorial	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00

Semana 9:	BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 10:	BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 11:	BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 12:	BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 13:	BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	4.00	5.00	9.00
Semana 14:	BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura	Clases teóricas / realización de ejercicios prácticos/ Desarrollo y formalización del proyecto.	3.00	5.00	8.00
Semana 15:	BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura	Exposiciones, supervisión y seguimiento de trabajos, proyectos	3.00	8.00	11.00
Semana 16 a 18:	BLOQUE 3. De la cultura de las marcas, a las marcas de la cultura	Exposición y defensa de proyecto, valoración de los puntos débiles en las propuestas definitivas. Correcciones y entrega de proyectos.	2.00	12.00	14.00
Total			60.00	90.00	150.00