

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42893 PROGRAMAS DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

Grupo 1

### Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Asignatura optativa de cuarto curso impartida en el segundo cuatrimestre.

### Créditos ECTS

Tres créditos ECTS.

### Competencias que contribuye a desarrollar

Dentro de las competencias generales y específicas de las listadas en el punto 3.2. de la memoria que se establecen para la Materia 1 (M1), las que desarrolla esta asignatura son:

A) Competencias generales: CG-1, CG-2, CG-3, CG-4, CG-5.

B) Competencias específicas: CE.1, CE2, CE3, CE.4, CE.6, CE.8, CE.9, CE.10, CE.16., CE.17, CE.19., CE.20, CE.23, CE.27.

#### 2.1. Generales

CG-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.

CG-2 Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer 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.

CG-3 Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG-5 Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

#### 2.2 Específicas

##### Competencias Académicas-Disciplinarias

CE1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE2 Capacidad para asumir el liderazgo. Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.

CE3 Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE4 Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

CE-6 Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos.

#### Competencias Profesionales

CE-8 Capacidad y habilidad para responsabilizarse del Área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.

CE-9 Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación.

CE-16 Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa.

CE-17 Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos e intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma.

#### Competencias Transversales

CE19 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

CE20 Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

CE23 Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

CE27 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

### Objetivos/Resultados de aprendizaje

La asignatura de Programas de Identidad Visual Corporativa trata de mostrar al alumno los conceptos, los elementos y las estrategias que intervienen en la elaboración de la identidad visual corporativa de una entidad o evento.

A lo largo del curso se pretende que el alumno adquiera los conocimientos que le permitan dar respuesta ante una demanda de creación de una identidad visual corporativa.

Teniendo en cuenta los grandes resultados de la enseñanza y del aprendizaje que se pretenden para la Materia 6 los que corresponden a esta asignatura son:

1. Comprensión del concepto de publicidad, de sus orígenes como actividad sistemática, de su sistema y de sus consecuencias más directas (mensajes publicitarios).
2. Comprensión de los sistemas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de sus tecnologías básicas.
3. Comprensión de los mecanismos básicos por los que funcionan las imágenes, como base para su construcción y manejo posterior.
4. Capacidad de relacionarse con los demás y con el entorno.
5. Capacidad para el trabajo en equipo.

### Contenidos

1. Introducción: conceptos, evolución y funciones de la identidad visual corporativa.
2. Los elementos de la identidad visual corporativa: logotipo, ímbolo, logosímbolo, tipografía y color.
3. El manual de identidad visual corporativa.
4. El programa de identidad visual corporativa.
5. Los ejes.
6. Las estrategias.
7. Los principios de la identidad visual corporativa.
8. Condicionantes externos.

### Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clases teóricas

Análisis de documentos impresos y audiovisuales

Presentaciones temáticas especializadas

## Crterios y sistemas de evaluaci3n

Instrumento/Procedimiento

Peso en la nota final

Prueba te3rica individual del alumno

30%

Trabajos e informes realizados por el alumno, de forma individual.

30%

Trabajo final de grupo

40%

## Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Presentaciones PowerPoint, Prezzi, blogs, p3ginas web especializadas, proyecciones audiovisuales.

Las tutorías se realizar3n:

Primer cuatrimestre: Lunes (19.00-21.00) Martes (17.00-19.00) y Viernes (16.30-28.30)

Segundo cuatrimestre: Mi3rcoles (17.00-19.30) y Jueves (18.00-19.30)

La asistencia a tutorías debe ser solicitada con antelaci3n para una mejor organizaci3n de las mismas a trav3s del correo electr3nico [daniel.munoz.uva@gmail.com](mailto:daniel.munoz.uva@gmail.com) o [dmunoz@hmca.uva.es](mailto:dmunoz@hmca.uva.es) con antelaci3n suficiente.

## Calendario y horario

DIA

CONTENIDO

GRUPO DESDOBLE

12 FEBRERO

PRESENTACI3N

GRUPO COMPLETO

19 FEBRERO

TEMA 1

26 FEBRERO

5 MARZO

TEMA 2

12 MARZO

19 MARZO

GRUPO 1

26 MARZO

TEMA 3

9 ABRIL

GRUPO 2

16 ABRIL

TEMA 4

30 ABRIL

GRUPO 1

7 MAYO

TEMA 5

14 MAYO

GRUPO 2

21 MAYO

TEMA 6

28 MAYO

TEMA 7

GRUPO COMPLETO

3 JUNIO

TEMA 8

---

Horario de tutorías PREVIA PETICIÓN

LUNES 17:00 – 21.00

JUEVES 18:00 – 20.00

---

## Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Actividades formativas

Competencias

ECT's

Clases teóricas y expositivas

CG1, CG2, CG5, CE1, CE3, CE4, CE10

0,9

Prácticas y seminarios

CG1, CG2, CG3, CG4, CE1, CE3, CE6, CE8, CE9, CE10, CE23, CE27

0,45

Trabajo autónomo individual o grupo

CG3, CG4, CG6, CE2, CE3, CE6, CE8, CE9, CE10, CE16, CE17, CE19, CE20, CE27

0,9

Tutorías

CG1, CG5, CE4

0,6

Evaluación

CG1, CG3

0.15

---

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Daniel Muñoz Sastre.

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Doctorando en Comunicación Social por la Universidad de Valladolid.

Es profesor asociado de la Universidad de Valladolid desde 2005. También ha impartido clases en la Universidad de la Experiencia.

En la actualidad es jefe de informativos y director de programas de la Cadena COPE en Segovia. Ha trabajado en medios como Onda Cero Radio, Radio Nacional de España, Popular TV, Canal Caza y Pesca y ABC. También ha colaborado con la agencia de noticias Europa Press y con la Agencia de Comunicación TotalTeam.

Autor y coautor de varios libros de libros como "Publicidad, innovación y conocimiento", "Marketing Hero.

Herramientas comerciales de los videojuegos", "Publicidad y consumo. Nuevas modas, viejas causas y valores sociales", "Palazuelos de Eresma" y "Pasión e imagen. Impresiones de la Pasión. Carteles de la Semana Santa de Segovia".

---

## Idioma en que se imparte

Castellano

---