



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Métodos de Investigación y Análisis de Identidad e Imagen Corporativa

Asignatura	Métodos de Investigación y Análisis de Identidad e Imagen Corporativa			
Código	P04M051V01107			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Capriotti Peri, Vicente Paul Martí Pellón, Daniel Francisco			
Correo-e	daniel3marti@yahoo.com			
Web				
Descripción general				

## Competencias de titulación

Código			
A3	(*)Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas		
A25	(*)Comprender la realidad organizativa a partir de su producción informativa, tanto interna como externa (competencia en auditoría de información y de imagen)		
A27	(*)Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)		
A28	(*)Ser capaz de analizar y evaluar los resultados de una investigación de identidad e imagen, y formular el diagnóstico para establecer la estrategia de identidad de las organizaciones		

## Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer la bibliografía y las metodologías más empleadas en la investigación y el análisis de los diferentes aspectos de la Identidad Corporativa y la Imagen y Reputación Corporativa	saber	A3
Ser capaz de analizar y evaluar los resultados de una investigación de identidad e imagen, y formular el diagnóstico para establecer la estrategia de identidad de las organizaciones	saber hacer	A25
Aprender a diseñar una investigación sobre el tema, centrando los objetivos, procediendo a la descripción del problema a investigar, buscando las herramientas metodológicas apropiadas, ajustando los métodos concretos	saber hacer	A28
Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis en temas de Identidad e Imagen Corporativa	Saber estar /ser	A27

## Contenidos

Tema	
1. Delimitaciones Conceptuales	(*)(*)

2. La Planificación Estratégica de la Identidad Corporativa	(*)(*)
3. La Investigación dentro de la Planificación Estratégica.	(*)(*)
4. El Estudio de Notoriedad	(*)(*)
5. El Estudio de atributos de Imagen	(*)(*)
6. Análisis y Evaluación de Resultados de Identidad e Imagen Corporativa	(*)(*)
7. Diagnóstico de la Imagen Corporativa	(*)(*)

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	10	15	25
Trabajos tutelados	5	35	40
Sesión magistral	10	0	10

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de ejercicios de aplicación para la comprensión y ejecución práctica de los temas
Trabajos tutelados	Se irá desarrollando con el profesor en tutorías presenciales o virtuales. Consistirá en la elección razonada de un tema relacionado con el curso; presentar el estado de la cuestión o marco teórico de la investigación; explicar los objetivos y/o hipótesis de investigación; describir la metodología o metodologías a utilizadas, y exponer los resultados y conclusiones del estudio. Se desarrollará en grupos de trabajo
Sesión magistral	Explicación de los aspectos teóricos y metodológicos del tema.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	se atenderá individualmente y se valorará la participación en las cuestiones planteadas y los trabajos en grupo
Trabajos tutelados	se atenderá individualmente y se valorará la participación en las cuestiones planteadas y los trabajos en grupo

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	Se irá desarrollando con el profesor en tutorías presenciales o virtuales. Consistirá en la elección razonada de un tema relacionado con el curso; presentar el estado de la cuestión o marco teórico de la investigación; explicar los objetivos y/o hipótesis de investigación; describir la metodología o metodologías a utilizadas, y exponer los resultados y conclusiones del estudio. Se desarrollará en grupos de trabajo	75
Sesión magistral	Se valora la asistencia y la participación en las sesiones explicativas	25

### Otros comentarios sobre la Evaluación

### Fuentes de información

Capriotti, Paul, **Branding Corporativo. Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa**, Libros de la Empresa,

**Capriotti, Paul:** *Branding Corporativo. Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa*, Libros de la Empresa, Santiago de Chile, 2009 (disponible en pdf en [www.bidireccional.net](http://www.bidireccional.net)).

### Recomendaciones

#### Asignaturas que continúan el temario

Investigación de Comunicación en Redes Digitales/P04M051V01103  
Trabajo Fin de Máster/P04M051V01203

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Comunicación y Protocolo Institucional y Corporativo/P04M051V01108

El Valor y la Adecuación del Texto en la Comunicación de Organizaciones/P04M051V01110

Investigación en Proyectos de Relaciones Públicas/P04M051V01109

---

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

La Investigación de los Medios de Comunicación Social/P04M051V01101

---