



DATOS IDENTIFICATIVOS

Comunicación: Imaxe corporativa

Materia	Comunicación: Imaxe corporativa			
Código	P04G190V01303			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS 6	Sinale FB	Curso 2	Cuadrimestre 1c
Lingua de impartición	Castelán Galego Inglés			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel			
Profesorado	Arévalo Iglesias, Lorena Martí Pellón, Daniel			
Correo-e	dmarti@uvigo.es			
Web	http://comunisfera.blogspot.com.es/p/curso-de-imagen.html			
Descrición	Analítica, produción e xestión da imaxe e da reputación en personalidades e organizacións xeral			

Competencias

Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ó seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
A3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
B3	Competencia interpretativa do entorno: capacidade para interpretar, analizar e interpretar o entorno económico, político, socio-cultural, tecnolóxico e comunicativo
C9	Coñecemento das estratexias de comunicación e o seu desenvolvemento creativo, aplicables en todo tipo de organizacións, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación
C11	Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas de comunicación en novos soportes, medios interactivos e multimedia.
C14	Destrezas directivas e colaborativas: capacidade e habilidade para responsabilizarse da área de comunicación dunha organización, afrontando a xestión estratéxica dos seus intanxibles, a responsabilidade social corporativa e as relacións con diferentes públicos.
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Diagnosticar as necesidades de comunicación de organizacións na súa contorna e situación	A2 A3		C9 C11 C14	
Deseñar e xestionar estratexias de comunicación, de imaxe e de reputación adecuadas a organizacións ou personalidades e respectuosas coa súa sociedade e medioambiente	A2 A3	B3	C9 C11 C14	D3
Exercitar accións de comunicación con obxectivos de imaxe ou de reputación en contornas locais de comunicación	A3	B3	C9 C11 C14	D3

Contidos**Tema**

Desenvolvemento de competencias dialécticas e críticas a través da análise de comunicación en medios e redes sociais e da investigación de casos de comunicación exemplares pola súa xestión de crise ou innovación para exercer estratexias de imaxe, estratexias publicitarias e estratexias transmedia.	Seminario: avaliación das solucións a casos críticos expostos e resoltos en clase. Talleres en clases prácticas - organización de pequenos grupos cooperativos para xestionar comunicación de asociación ou marca local en redes sociais. - iconografía de marca a través de estratexia de imaxe, de publicidade gañada, e distribución transmedia de imaxe.
Desenvolvemento de competencias retóricas e directivas en eventos e en redes sociais exercitando estratexias de comunicación interna en colectivos, estratexias de relacións públicas para organizacións e estratexias abertas en redes sociais.	Seminario: avaliación e cualificación dos grupos cooperativos sobre a xestión de cada unha marca local, polo menos nunha plataforma dixital para redes sociais Talleres nas prácticas. - comunicación interna e construción de comunidade - xestión de intereses, iconoloxía segundo colectivos e comunicación alcanzada cos diversos colectivos. - comunicación aberta e movementos cidadáns
Desenvolvemento de competencias poéticas e creativas no deseño e innovación dunha marca profesional. Referentes e modelos. Cooperadores e patrocinadores alcanzados para a viabilidade da marcas profesional proposta.	Seminario: Concurso de cartafols Prácticas persoais durante todo o curso - anotación semanal da aprendizaxe no blogue ou a comunicación en redes sociais da evolución da marca persoal como profesional da comunicación. - análise*iconográfico do *branding da marca local - análise iconolóxico do coñecemento e distribución da marca por seguidores e influenciadores en redes sociais.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentacións/exposicións	10	10	20
Obradoiros	10	10	20
Seminarios	10	10	20
Traballos e proxectos	5	20	25
Cartafol/dossier	7	34	41
Estudo de casos/análise de situacións	8	16	24

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Presentacións/exposicións	exposición e exemplos de comunicación, imaxe e reputación persoal e en organizacións
Obradoiros	prácticas de análises, produción, distribución e avaliación de materiais e produtos na comunicación corporativa
Seminarios	exercicios de análises e avaliación de comunicación

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Obradoiros	As clases prácticas abertas, en aula e en redes sociais, exercitan competencias analíticas, directivas e creativas ao ritmo dos contidos e orientacións de cada parte do curso
Probas	Descrición

Cartafol/dossier	A aprendizaxe individual conségñase en anotacións semanais no blogue de marca da alumna que comparte e revisa durante o curso con ocasión dos seminarios e na avaliación individual con cada alumna/o nas últimas semanas do curso
Traballos e proxectos	As clases prácticas oriéntanse e avalían nos seminarios de novembro, revisando a formulación e a execución do plan para redes sociais para unha asociación ou marca local coas instrucións para completar do mellor modo posible o traballo en pequeno grupo cooperativo que comparte unha mesma e única cualificación para os seus integrantes

Avaliación						
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Traballos e proxectos	presentación de proxecto local ou cooperativo para aprobación e avaliación da súa viabilidade polo grupo de compañeiras	30	A3	C9	D3	C11
Cartafol/dossier	autoavaliación do perfil profesional presentado e da aprendizaxe no grupo cooperativo	30	A2	C9		C14
Estudo de casos/análise de situacións	resolución de problemas de comunicación en casos prácticos e exercicio de mellora de marca ou reputación en proxecto local resolto por un pequeno grupo cooperativo	40	A3	B3	C9	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Como aplicación de prácticas de auditoría e de iconografía avalíase o portafolio en dúas fases primeiro nun concurso de propostas de perfís profesionais innovadores e ao final do curso como medida da evolución percibida da aprendizaxe polos estudantes

A cualificación do traballo cooperativo como boutique local de comunicación para apoio en redes sociais dunha peme ou pequena organización local, se autoavalía no portafolio, é votada polo resto de grupos na presentación colectiva como casos de comunicación local e sométese a avaliación dos destinatarios das accións realizadas.

A proba final, incluída no calendario de exames, esixe previa presentación das prácticas anteriores e a proposta dun proxecto final que innove e explote o alcanzado en portafolio e en defensa da comunicación alcanzada en redes sociais

Bibliografía. Fontes de información

Rheingold, Howard, **Net Smart: How to Thrive Online**, 2012,

Dolors Reig, **Socionomía**, 2012,

Pampín Quián, Alberto, **EL IMPACTO MEDIÁTICO Y POLÍTICO DE WIKILEAKS**, 2013,

Sanagustín, Eva, **Marketing de contenidos**, 2013,

Cambroner, Antonio, **Manual imprescindible de Twitter**, 2012,

Aced, Cristina, **Perfiles profesionales 2.0**, 2010,

Paul Capriotti, **Branding corporativo**, 2010,

Blogue do curso http://comunisfera.blogspot.com.es/p/curso-de-imaxe.*html

Exemplos de cartafoles e de propostas para accións de comunicación de marca persoal ou corporativa <http://pinterest.com/comunisfera/boards/>

Antoloxía de citas de especialistas e profesores de comunicación en <http://comunisfera.tumblr.com/>.

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Elaboración da mensaxe publicitaria/P04G190V01401

Estratexias da comunicación publicitaria/P04G190V01402

Métodos e técnicas de investigación de medios e audiencias/P04G190V01502

Planificación estratéxica das relacións públicas/P04G190V01503

Técnicas de relacións públicas/P04G190V01604

Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios/P04G190V01903

Comunicación de crise/P04G190V01904

Dirección de comunicación/P04G190V01701

Relacións públicas e comunicación solidaria/P04G190V01908

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Empresa: Fundamentos de mercadotecnia/P04G190V01302

Teoría e práctica da fotografía publicitaria/P04G190V01305

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104

Comunicación: Teoría e técnica da imaxe/P04G190V01106

Teoría e práctica das relacións públicas/P04G190V01205

Outros comentarios

se completa en otros cursos con:

Técnicas de relaciones públicas

Evaluación de la eficacia publicitaria

Dirección de comunicación

Campañas de imagen y de relaciones públicas

Comunicación de crisis

Relaciones públicas y comunicación solidaria

Comunicación alternativa: medios virtuales y nuevos soportes publicitarios

y aporta a los cursos conclusivos

Trabajo fin de grado

Proyecto práctico profesional

Seminarios de experiencias profesionales
