

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Estrategias de Asesoramiento de Imagen Pública y Liderazgo

**PLAN DE ESTUDIOS:** Máster Universitario en Imagen Pública, Dirección de Eventos y Protocolo (SMA-IMAGPUB)

**GRUPO:** 2526-01

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Obligatoria (OB)

**ECTS:** 6,0

**CURSO:** 1º

**TEMPORALIDAD:** 2º Semestre

**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

## DATOS DEL DOCENTE

**NOMBRE Y APELLIDOS:** JORGE FERNANDO ABAURREA VELARDE

**EMAIL:** [jabaurrea@uemc.es](mailto:jabaurrea@uemc.es)

**TELÉFONO:** 983 00 10 00

### CV DOCENTE:

- Licenciado en Comunicación Audiovisual. Doctorando en Marketing. Doctorando en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas. Postgrado en protocolo y ceremonial: técnicas de organización de actos
- Profesor asociado en la UCM para los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas.
- Profesor del Master propio UCM en Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Profesor en el Master en Imagen Pública, Dirección de Eventos y Protocolo, UEMC
- Profesor en la Escuela Complutense de Verano de la UCM.
- Profesor en el diplomado en desinformación, fake news y procesos electorales. Jurado Nacional de Elecciones. Perú.
- Docente en el Curso *Comunicación, desinformación y campañas electorales: Claves prácticas para una respuesta jurídica*. Cámara de Diputados. México.

### CV PROFESIONAL:

- Program Manager Marketing en El Corte Inglés.
- Jefe de proyecto en My Oxford English (Oxford University).
- Autor de cursos de formación para Anaya. -
- International Expansion & Business Intelligence en Bodaclick.com
- Producción de TV / cine (Antena 3, Cortometrajes) /
- Gabinete de comunicación, protocolo y marketing (UCM)
- Organización de Fase de Clasificación del Campeonato del Mundo de Rugby a 7
- Organización de torneos, festivales, seminarios...
- Propietario de Agencias de Publicidad, Producción y Marketing

### CV INVESTIGACIÓN:

- Miembro del grupo de investigación REGULACIÓN JURÍDICA Y PARTICIPACIÓN DEL CIUDADANO DIGITAL.
- Director ejecutivo del Master de Patrimonio Audiovisual, la cátedra Monnet ModernTimes y el grupo de investigación (SNDisorders) Garantías Frente a la desinformación en procesos electorales. Ciberseguridad y otros desórdenes informativos en redes.
- Autor de más de una veintena de libros sobre Internet, Redes sociales, Fotografía... para editoriales como Microsoft Press, Adobe Press, Apple Press o Anaya.

- Proyecto de Innovación docente: EL CINE COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE. Diseño y desarrollo de una base de datos de cine para enseñar y aprender Derecho Constitucional para alumnos de Ciencias de la Información

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Estrategias de asesoramiento de imagen pública y liderazgo busca dar a conocer las claves que hay detrás de una marca, producto o servicio y cómo desarrollar diversas estrategias, tácticas y operativas. Se hace un recorrido por los distintos elementos, tácticas y herramientas que pueden ser de ayuda para el desarrollo y la consolidación de la imagen pública. Arrancaremos la asignatura exponiendo la filosofía de marca, e iremos avanzando por la cultura e imagen. Seguiremos con el desarrollo de una identidad, para dar paso a la estrategia de branding y posicionamiento. Tras asentar unos conocimientos suficientes sobre los apartados antes referidos, continuaremos con lo que hemos denominado, la salida al exterior, donde analizaremos la publicidad en su vertiente omnicanal o 360°. El cierre de la asignatura se lo dedicaremos a las capacidades y habilidades de liderazgo, donde realizaremos un repaso a las principales y veremos claves y técnicas para dominarlo.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. Bloque : -
  1. Filosofía de marca : -
  2. El poso que debe quedar : -
  3. Imagen de marca : -
  4. El desarrollo de una identidad : -
  5. Estrategia de branding y posicionamiento : -
  6. Cómo salimos al exterior- publicidad 360° : -
  7. El empujón final- capacidad y habilidades de liderazgo : -

### OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Estrategias de asesoramiento de imagen pública y liderazgo busca dar a conocer las claves que hay detrás de una marca, producto o servicio y cómo desarrollar diversas estrategias, tácticas y operativas. Se hace un recorrido por los distintos elementos, tácticas y herramientas que pueden ser de ayuda para el desarrollo y la consolidación de la imagen pública. Arrancaremos la asignatura exponiendo la filosofía de marca, e iremos avanzando por la cultura e imagen. Seguiremos con el desarrollo de una identidad, para dar paso a la estrategia de branding y posicionamiento. Tras asentar unos conocimientos suficientes sobre los apartados antes referidos, continuaremos con lo que hemos denominado, la salida al exterior, donde analizaremos la publicidad en su vertiente omnicanal o 360°. El cierre de la asignatura se lo dedicaremos a las capacidades y habilidades de liderazgo, donde realizaremos un repaso a las principales y veremos claves y técnicas para dominarlo.

### ESTRATEGIAS DE ASESORAMIENTO DE IMAGEN PÚBLICA Y LIDERAZGO

1. Filosofía de marca
2. Identidad cultural
3. Imagen de marca
4. El desarrollo de una identidad
5. Estrategia de branding y posicionamiento
6. Publicidad omnicanal
7. Capacidad y habilidades de liderazgo

### RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)

- Plataforma de Webconference (Zoom work place)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

### COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

### COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de organización y planificación
- CG06. Compromiso ético (saber aplicar la evidencia científica en la práctica profesional y mantener un compromiso ético y de integridad intelectual en el planteamiento de la investigación científica, básica y aplicada)
- CG07. Capacidad de crítica y autocrítica
- CG09. Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad
- CG10. Desarrollar hábitos de excelencia y calidad en el ejercicio profesional
- CG11. Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)
- CG13. Capacidad y habilidades de liderazgo

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE15. Capacidad para asesorar a terceros en el desarrollo de su imagen pública
- CE16. Capacidad para aplicar estrategias de branding para la construcción de marcas poderosas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Conocer la importancia del desarrollo de una marca e identidad propias.
- Ser capaz de elaborar un plan de desarrollo de marca e identidad corporativa o personal.
- Identificar los principales factores que se han de tener en cuenta en la creación de una estrategia de marca.
- Definir una política de desarrollo de marca.
- Planificar acciones que lleven al desarrollo de una estrategia de marca.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- David A Aaker (2008): Cómo construir marcas poderosas. Gestión2000. ISBN: 9788480886734

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Andy Stalman (2020): Totem. Deusto. ISBN: 978-8423431557

### WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Web de marcas](http://brazai(http://www.branzai.com)))(<http://brazai>(<http://www.branzai.com>))

Web de marcas

[Andy Stalman](https://andystalman.com/)(<https://andystalman.com/>)

Uno de los mejores especialistas en branding del mundo

**OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:**

Casos vistos en las clases

**PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA**

**METODOLOGÍAS:**

Se describe a continuación la metodología aplicada

**MÉTODO DIDÁCTICO:**

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

**MÉTODO DIALÉCTICO:**

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

**MÉTODO HEURÍSTICO:**

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

**CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:**

Las actividades formativas que se realizan en la asignatura son las siguientes:

**Clases teóricas:** Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en Open Campus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

**Actividades prácticas:** Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupos a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

**Tutorías:** Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas dos sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio y otra al final del semestre. En la

primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

#### SESIONES EN TIEMPO REAL :

Título	
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	1. Filosofía de marca
CM2	2. El poso que debe quedar- cultura
CM3	3. Imagen de marca
CM4	4. El desarrollo de una identidad
CM5	TU. Parc. Resolución de dudas y preparación de la prueba parcial
CM6	5. Estrategia de branding y posicionamiento
CM7	6. Cómo salimos al exterior- publicidad 360°
CM8	7. El empujón final- capacidad y habilidades de liderazgo
TU2	Resolución de dudas antes de la evaluación

#### EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua	60%
Evaluación final	40%

#### ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluación continua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Test (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Prueba de evaluación final (Prueba de evaluación final)	40

#### CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno debe obtener una media de igual o superior a 5 entre todas las actividades. En el caso de no superar la evaluación continua, se guardan para la convocatoria extraordinaria las notas de aquellas actividades aprobadas, no pudiendo volver a presentarlas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua (entrega de trabajos) se desarrollarán según se indica y, para ser evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán trabajos entregados posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.
- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- Las actividades de evaluación continua (tipo test) se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación final de la asignatura

Los alumnos accederán a través de Open Campus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo aproximado de 20 días lectivos desde la fecha fin de fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se completará con una **evaluación final**, que se realizará al finalizar el periodo lectivo de cada asignatura. Los exámenes serán eminentemente prácticas, de manera que, los alumnos podrán disponer de los apuntes y consultarlos, (solo en formato digital) durante la realización de la prueba.

Para resolver el examen, los alumnos deberán descargar el enunciado de la prueba y una vez cumplimentado, subirlo en el espacio correspondiente del campus virtual

La prueba **supondrá un 40%** de la calificación sobre la nota final de la asignatura.

- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma. DOCENTE
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se registrará por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de "No presentado", con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

#### EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua	60%
Evaluación final	40%

### ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluación continua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Test (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Prueba de evaluación final (Prueba de evaluación final)	40

#### CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las actividades de evaluación continua y prueba de evaluación final, superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se registrará por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

#### SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Ejecución de prácticas	40%
Pruebas escritas	50%
Técnicas de observación	10%