

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Branding: Marca y Reputación

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLICI)

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatorio

ECTS: 6,0

CURSO: 3º

SEMESTRE: 2º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

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

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Branding: Marca y Reputación permite conocer los principios básicos de la marca y su identidad desde una visión global y con el objeto de que el alumnado pueda ejercer como publicista o relaciones públicas profesionalmente y con calidad.

- ▶ Principios básicos de la marca: conceptos clave, funciones y dimensiones de una marca.
- ▶ Naming, identidad de marca y concepto visual. Proceso de construcción de marca.
- ▶ Identidad e imagen de marca.
- ▶ Estrategias de marca.
- ▶ Valoración de marcas e intangibles.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales"
- GC02. Competencia para la elaboración de géneros publicitarios y de las relaciones públicas y el desempeño de distintos perfiles profesionales. Conocer la evolución de la Publicidad y las Relaciones Públicas, los diferentes mecanismos de actuación, su implicación y proyección social, y las diversas técnicas y estéticas desarrolladas a lo largo de la historia y en la actualidad, adaptándose a los nuevos perfiles profesionales provenientes de la comunicación digital.
- GC04. Competencia para la comunicación corporativa. Conocer, analizar y diseñar estrategias de comunicación para instituciones de todo tipo, asegurando las acciones necesarias para una realización eficaz de los objetivos comunicativos diseñados.
- GC06. Competencia para el emprendimiento y la innovación. Analizar y valorar el entorno empresarial, institucional y de las organizaciones, identificando necesidades de adaptación del mercado comunicativo y oportunidades de innovación; elaborar y liderar estrategias de cambio o emprendimiento, valorando adecuadamente riesgos y fortalezas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC2.2_Subcompetencia_Elaborar y definir diferentes técnicas propias de la profesión acorde a las necesidades del entorno para cubrir las necesidades del mercado.
- SbC4.1_Subcompetencia_Interpretar objetivos y estrategias de comunicación para una comunicación corporativa de calidad.
- SbC6.1_Subcompetencia_Identificar e interpretar las oportunidades de emprendimiento en el ámbito de publicidad y las relaciones públicas.
- SbC6.2_Subcompetencia_Desempeñar el rol de emprendedor innovador.
- C2.2_Conocimiento_Conocer e interpretar los diferentes géneros existentes en publicidad y relaciones públicas para el desempeño de los diferentes perfiles profesionales.
- C4.2_Conocimiento_Comprender las estrategias de la comunicación corporativa para su posterior aplicación.
- C6.1_Conocimiento_Conocer el entorno mediático, científico-tecnológico, económico, político y social para el emprendimiento.
- C6.2_Conocimiento_Comprender el mercado comunicativo y sus oportunidades para la innovación.
- H2.2_Habilidad o destreza_Elaborar e interpretar propuestas de forma adecuada utilizando las diferentes metodologías propias de la profesión.
- H4.2_Habilidad o destreza_Analizar el entorno para su posterior aplicación en las diferentes áreas de la comunicación corporativa.
- H6.2_Habilidad o destreza_Developar las estrategias adecuadas para el emprendimiento y la innovación en publicidad y las relaciones públicas.
- CT2.1_Competencia transversal, valor o actitud_Developar una alta capacidad de liderazgo y resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas en situaciones complejas.
- CT4.1_Competencia transversal, valor o actitud_Developar capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa desde una actitud ética.
- CT6.1_Competencia transversal, valor o actitud_Developar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones de emprendimiento e innovación, desde una actitud ética.