



Financiado por la
Unión Europea

NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia

PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO "IMAGEN CORPORATIVA"

**Ciclo Formativo de Grado Superior de Asesoría de
Imagen Personal y Corporativa
IES Beatriz de Suabia
Curso 2025 - 2026**

INDICE

- 1. Identificación del módulo.**
- 2. Aspectos relacionados con el Título.**
 - **Relación con los objetivos generales del ciclo formativo**
 - **Relación con las Competencias personales, profesionales y sociales.**
 - **Correspondencia con la Unidad de Competencia.**
- 3. Orientaciones pedagógicas.**
 - **Líneas de actuación.**
 - **Resultados de aprendizaje.**
 - **Criterios que se siguen para evaluar los resultados.**
 - **Contenidos.**
- 4. Atención a la diversidad.**
- 5. Temas transversales.**
- 6. Planificación general.**
- 7.- Desarrollo de las unidades didácticas.**

1. Identificación del módulo

Módulo	1189. Imagen Corporativa.
Ciclo	<i>Título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa</i>
Regulación	Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas. Orden de 30 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa. Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

2. Aspectos relacionados con el Título :

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del Ciclo Formativo de Asesoría de Imagen Personal y Corporativa que se relacionan a continuación.	
a)	Identificar los recursos personales, materiales y técnicos, organizando las actividades de asesoría, para dirigir y gestionar los procesos.
c)	Aplicar técnicas de archivo de documentación utilizada y generada, seleccionando aplicaciones manuales, informáticas y documentales para gestionar la base de información.
d)	Aplicar técnicas de análisis, estudiando las características y estilos de las personas usuarias para identificar sus necesidades.
i)	Realizar un manual de identidad corporativa, analizando las características de imagen de empresa para elaborar el proyecto de imagen corporativa.
j)	Diseñar modelos de propuestas y presupuestos, describiendo sus fases para realizar el proyecto.
q)	Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de

	la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
r)	Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
s)	Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

<i>La formación del módulo contribuye a alcanzar las Competencias profesionales, personales y sociales del Título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa</i>	
a)	Dirigir y gestionar las actividades, organizando los recursos materiales, personales y técnicos.
c)	Gestionar la documentación, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
d)	Identificar las necesidades del cliente, analizando sus características y requerimientos.
g)	Asesorar a las empresas para la creación de una imagen corporativa, interpretando sus solicitudes.
h)	Elaborar proyectos de cambio de imagen, controlando la calidad y la documentación relacionada.
m)	Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
n)	Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

3. Orientaciones pedagógicas

▪ En qué consiste la Imagen Corporativa

<i>Este módulo profesional contiene la formación necesaria para identificar los elementos responsables de la imagen corporativa así como su simbolismo. Todos ellos contribuyen a definir las características en imagen de una entidad así como sus estrategias en comunicación con el público y la promoción de sus productos o servicios. Las funciones de asesoría en imagen corporativa incluyen aspectos como:</i>
Análisis de la imagen corporativa, sus elementos identificadores, su significado y su percepción social.
Identificación de la filosofía corporativa.
Estudio de imágenes corporativas de gran repercusión social.
Aplicación de los elementos de imagen corporativa en la arquitectura y los espacios.
Identificación de los elementos con repercusión en la imagen empresarial y la relación con la libertad de expresión.
Elaboración del proyecto en asesoría de imagen corporativa y el manual de imagen

corporativa.
Establecimiento de la relación entre las distinciones protocolarias y su simbología.
Determinación de las estrategias de comunicación y de promoción empresarial.

▪ **Cuáles son las líneas de aprendizaje del módulo 1189**

<i>Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:</i>
La identificación de los elementos identificativos de la imagen corporativa, mediante el análisis de imágenes corporativas conocidas.
La utilización de fichas, cuestionarios y otros soportes para la obtención de información y síntesis de características de los elementos de la imagen corporativa.
La elaboración de propuestas para la realización de asesorías de imagen corporativa.
La organización del material en el manual de imagen corporativa.
La aplicación de estrategias de comunicación y promoción corporativas.

▪ **Qué resultados se esperan obtener del aprendizaje del módulo 1189**

Resultados de aprendizaje
RA.1. Realiza el estudio de la identidad corporativa, aplicando técnicas de análisis.
RA.2. Determina los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades, analizando su diseño y códigos iconológicos.
RA.3. Determina la imagen de los colectivos profesionales, identificando los elementos que la forman y evaluando su efecto en la imagen corporativa.
RA.4. Elabora proyectos de asesoría de imagen corporativa, determinando el plan de acción y secuenciando sus fases.
RA.5. Elabora el manual de imagen corporativa, adaptándolo a las características de la entidad.
RA.6. Implementa las estrategias de comunicación, estableciendo el plan de actuación y los elementos de promoción corporativa.

▪ **Qué criterios se siguen para evaluar los resultados:**

El RD y la Orden que regulan el título describen los criterios de evaluación de los RRAA.
El resultado numérico final indica el nivel alcanzado y se obtiene según las pautas que aparecen en esta programación.

Criterios para la evaluación positiva del módulo		
Calificación de cada resultado de aprendizaje: C		Ponderación (Según Horas/RA)
1	C = 5, C >5	14,3%
2	C = 5, C >5	26,2%
3	C = 5, C >5	9,5%
4	C = 5, C >5	23,8 %
5	C = 5, C >5	19%
6	C = 5, C >5	7,2%

Criterios para la recuperación

La recuperación requiere realizar un conjunto de tareas y/o pruebas dirigidas a alcanzar los resultados previstos.

En la elección del instrumento se tendrá en cuenta la atención a la diversidad y se valorarán los resultados de aprendizaje desde la perspectiva de los objetivos generales del ciclo y las competencias del título inherentes a este módulo.

▪ **Contenidos**

En esta programación figuran los contenidos mínimos que establecen el RD 1685/2011, y la Orden de 30 de julio de 2015 que regula el ciclo en Andalucía dispone la relación de contenidos ya ampliados y desarrollados a nivel autonómico.

En la extensa relación se encuentran contenidos con diferentes grados de implicación en el proceso de enseñanza aprendizaje, de manera que todos ellos serán tratados en el módulo, tal y como se especifica en cada unidad didáctica.

4. Atención a la diversidad

<i>Alumnado con mayor nivel de aprendizaje</i>	Propuesta individualizada de actividades de ampliación.
<i>Alumnado con menor nivel de aprendizaje.</i>	Propuesta individualizada de actividades de refuerzo.
<i>Alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo</i>	Elaboración de adaptación curricular no significativa según las características del alumnado.

5. Tratamiento de temas transversales

Se propondrán actividades con la finalidad de contribuir a la consecución de los objetivos generales del Proyecto educativo del Centro en relación con los siguientes aspectos, y en el ámbito, cuando sea posible, de otras actividades del centro relacionadas con estas:

Medio Ambiente. Mejorar el conocimiento de los problemas que derivados directa o indirectamente de la actividad humana afectan al entorno natural. Promover una actitud de colaboración hacia la conservación del medio ambiente, como el reciclado activo y la no utilización de productos que deterioren la capa de ozono.

La Sociedad. Tratar un conjunto de temas tales como, la educación para la convivencia, derechos humanos, la educación intercultural y cuyo denominador común es el conocimiento y promoción de actitudes positivas para la convivencia en una sociedad pluralista, como es hoy en día la nuestra, sin distinción de raza, sexo o cultura.

6. Planificación general

U.D	Temática	(*)	R.A.
1	Realización del estudio de la identidad corporativa	12	RA1
2	Determinación de los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades	22	RA2
3	Determinación de la imagen de los colectivos profesionales	8	RA3
4	Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa	20	RA4
5	Elaboración del manual de imagen corporativa	16	RA5
6	Implementación de estrategias de comunicación	6	RA6

(*): Número de horas estimadas, dejando una margen de 4 horas

▪ METODOLOGÍA

La metodología que se empleará en este módulo tendrá la finalidad de contribuir a la consecución de los resultados de aprendizaje del mismo, pero dado que éstos están referidos a los diferentes contenidos de la enseñanza, las opciones metodológicas estarán orientadas al aprendizaje significativo de los diferentes contenidos considerados.

En general, los principios metodológicos que se utilizarán, teniendo en cuenta que en cada unidad didáctica se utilizarán unos u otros serán los siguientes:

- **Partir del nivel de desarrollo del alumnado, de sus conocimientos previos y sus capacidades**, para así propiciar la construcción de aprendizajes significativos.

- **Un enfoque globalizador**. La organización de los contenidos permitirá abordar los problemas, las situaciones y los acontecimientos dentro de un contexto y en su totalidad, evitando así los aprendizajes repetitivos.

- **Aprendizaje cooperativo en grupos**. Bajo el principio de que el aprendizaje es un fenómeno social se perseguirá que el alumnado aprenda cooperativamente, y a trabajar en equipo.

- **Participación activa del alumnado en clase**. Es importante lograr que el grupo-clase se conciencie e implique en los objetivos. Para ello se propiciará el diálogo en clase a través del planteamiento de debates.

- **Enfoque plurimetodológico limitado**, no se va a establecer una única manera de desarrollar la práctica educativa, pero no todo vale; los enfoques podrán ser distintos para cada unidad didáctica, eligiendo los que se entiendan como más adecuados para cada una de ellas, pero no se utilizarán todos los posible en todas ellas.

▪ **LAS ACTIVIDADES DIDÁCTICAS**

Se llevarán a cabo con objeto de que el alumnado llegue a dominar los contenidos seleccionados y alcanzar los objetivos previstos. Se realizarán actividades de las descritas a continuación:

- ACTIVIDADES DE INICIO

Encuesta de conocimientos previos y, siempre que sea posible, se comenzará cada unidad didáctica con un debate en el aula donde puedan surgir los conocimientos previos del alumnado en cuanto a la materia.

- ACTIVIDADES DE DESARROLLO

Según la Unidad Didáctica que se esté abordando, para alcanzar los resultados de aprendizaje con los contenidos de las mismas, se realizarán actividades como las siguientes:

- **Exposición verbal y debates en grupo.** Al comienzo, durante y al final de la exposición, así como en la resolución de casos prácticos planteados, provocaremos discusiones que van a permitir adquirir habilidades de comunicación y respeto hacia los demás.
- **Trabajo en pequeño/gran grupo,** debiendo realizar memorias sobre trabajos de ampliación y/o revisión de los contenidos que se propongan previamente. Este trabajo debe exponerse a toda la clase al finalizar el mismo.
- **Resolución de actividades de desarrollo conceptual y de relación de conceptos,** sobre cuestiones que se ofrezcan en el libro de texto recomendado y sobre algún tema concreto que se proponga en clase
- **Simulaciones,** de situaciones que puedan plantearse de manera real en el puesto de trabajo
- **Realización de un blog didáctico en el que se desarrollen los contenidos que se encarguen en el aula.** Este trabajo contará, además, con los elementos de identidad corporativa que se desarrollen en el módulo para su realización.

Todas las actividades serán evaluadas y se valorarán según una ponderación para cada unidad didáctica. El resultado de la realización de las actividades aportará una nota para cada unidad didáctica que significará la consecución de los resultados de aprendizaje que se asocian a ellas.

- ACTIVIDADES DE AMPLIACIÓN

Para los alumnos/as que han realizado de forma satisfactoria las actividades de desarrollo y quieran subir su nota se propondrán actividades de ampliación. En cada caso, se elegirán las actividades de acuerdo a los resultados obtenidos individualmente en cada unidad didáctica.

- ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN

Orientadas a atender a aquellos alumnos/as que no han conseguido los aprendizajes previstos. Por una parte, las realizará el alumnado que no alcance los objetivos previstos en cada trimestre (a la vez que quien sí lo ha logrado realiza actividades de ampliación). Por otra parte, también acometerá este tipo de actividades aquel alumnado que suspendió en la evaluación ordinaria, para los que se han programado cierto número de sesiones en el mes de junio, en las cuales las actividades de recuperación podrán ser de desarrollo y de recapitulación, sobre todo, similares a las ya programadas para el horario ordinario, pero que impliquen una mayor comprensión de los contenidos del módulo, para así clarificar las ideas o dudas que puedan tener.

Además, si el alumno o alumna no supera el módulo después de la evaluación extraordinaria, lo recuperará asistiendo a las clases ordinarias en el siguiente curso y sometiéndose al régimen normal de evaluación.

- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

Se plantearán una vez se conozcan sus posibilidades de realización a lo largo del curso.

▪ LOS RECURSOS DIDÁCTICOS

EL ESPACIO

- Un aula tradicional, dotada con instrumentos tecnológicos adecuados para proyecciones de fotos, vídeos y para actividad de interacción y conexión a internet.
- Taller de estética

LOS MATERIALES

- Los libros de texto recomendados, cada alumno/a debe tener los suyos.
- Una biblioteca de departamento, de la que se utilizarán libros y diccionarios.
- Publicaciones oficiales (BOE)
- Ordenador con conexión a internet y conectado, a su vez a una pizarra táctil interactiva.

- Otros materiales. Materiales de naturaleza informática y herramientas para usar con internet: Blog didáctico, consistente en una página web que se actualiza cada cierto tiempo en el que se ofrecerán las diapositivas expuestas en clase y otras actividades para que puedan ser descargadas por el alumnado, así como entradas para que puedan entregarse actividades en formato digital a través de esa página.

RECURSOS PERSONALES

- Mis presentaciones en diapositivas para proyectar y mis explicaciones.
- El propio alumnado, en base a su responsabilidad e interés.

RECURSOS INSTITUCIONALES

- Organismos con los que se mantendrán contactos como Empresas, Entidades Públicas.
- Otros, como las empresas que se puedan visitar.

▪ TEMPORALIDAD

El número de sesiones de clase están previstas en función del calendario oficial del curso. Para los Ciclos Formativos de Formación Profesional que se imparten en los centros docentes viene establecido mediante la **Orden de 9 de julio de 2003**. De esta forma, un cálculo de la distribución aproximada de sesiones de septiembre a junio sería el siguiente:

Primer trimestre:	48 sesiones
Septiembre: 2 semanas x 4 sesiones a la semana =	8 sesiones
Octubre: 4 semanas x 4 sesiones a la semana =	16 sesiones
Noviembre: 4 semanas x 4 sesiones a la semana =	16 sesiones
Diciembre: 2 semanas x 4 sesiones a la semana =	8 sesiones

La previsión es que, en este trimestre se impartirán en su totalidad las unidades didácticas 1, 2 y 3

Segundo trimestre:	36 sesiones
Enero: 3 semanas x 4 sesiones a la semana =	12 sesiones
Febrero: 4 semanas x 4 sesiones a la semana =	16 sesiones

Marzo: 2 semanas x 4 sesiones a la semana =	8 sesiones
--	------------

En este trimestre se impartirán las UD 4, 5 y 6

Número total de sesiones =	84 sesiones
-----------------------------------	--------------------

7. Desarrollo de las Unidades Didácticas.

Unidad didáctica nº 1

Título: Realización del estudio de la identidad corporativa.

Duración: 12 horas

RA.1. Realiza el estudio de la identidad corporativa, aplicando técnicas de análisis.

Criterios de evaluación

- a) Se ha identificado el campo de actuación del asesor o asesora de imagen corporativa.
- b) Se ha definido la personalidad y la cultura corporativa de la organización.
- c) Se ha analizado la ideología corporativa de los fundadores, el equipo directivo y los profesionales o las profesionales de la empresa.
- d) Se ha relacionado la filosofía corporativa con el producto y su público.
- e) Se han establecido los métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa.
- f) Se han analizado imágenes corporativas públicas y privadas nacionales e internacionales.
- g) Se han establecido las relaciones entre el tipo de entidades y su imagen corporativa.
- h) Se han identificado los sistemas de percepción social de la imagen.
- i) Se ha analizado la percepción social de la imagen y los valores corporativos.

Contenidos básicos:

- Campo de actuación del asesor o asesora de imagen corporativa.
 - Asesoramiento en imagen de los espacios (entorno, arquitectura y hábitat) estudio de la ubicación espacial de la sede social, imagen arquitectónica, paisaje urbano, señalización, imagen del hábitat entre otros.
 - Asesoramiento en imagen de las personas. La imagen colectiva.
 - Asesoramiento en imagen iconográfica y cultura corporativa. Logotipo, marca, tipografía corporativa de los escritos, entre otros.
 - Asesoramiento en imagen de la gestión a través de la jerarquización de los actos (asambleas ordinarias, extraordinarias, reuniones de consejos directivos, reuniones periódicas departamentales, atención de visitas y otras). Espacios, decoración, presentación de documentos entre otros, para cada nivel de acto.
- Personalidad corporativa de la organización. Interactuación de temperamento-carácter de base.
- La cultura corporativa. Concepto. Aspectos a tener en cuenta en la investigación de la cultura corporativa.
 - Transmisión de la cultura corporativa, habilidades sociales, habilidades de interrelación profesional y corporativa.
- La ideología o filosofía corporativa de la organización.
 - Ideología de los fundadores, adscripciones y niveles de compromiso. Valores políticos religiosos, cívicos, medioambientales, sociales, conductuales entre otros.
 - Ideología del equipo directivo.

- Ideología de los recursos humanos en general, individuales y estudio de tendencias dominantes.
- Interrelación entre la ideología y la cultura corporativa.
- Identidad corporativa e institucional.
 - Importancia y concepto de imagen corporativa. Niveles de imagen (de producto, de la marca, de la empresa, del sector, del punto de venta, entre otros).
 - Identificación de la imagen corporativa.
 - Métodos y técnicas para realizar la concreción de la identidad corporativa. Parrilla técnica. Técnica DAFO. Metodología de investigación mixta (PIT). El argumento corporativo.
- Estudio de imágenes corporativas públicas y privadas de ámbito nacional e internacional.
- Relación entre imagen corporativa y tipos de empresa y/o entidad. Empresas basadas en el producto, dominadas por el entorno, centradas en la comunicación, basadas en el servicio entre otras. Características.
- La percepción social de los valores e imagen corporativos. Análisis de la percepción.

Actividades y pruebas para evaluación sobre la U.D.
Actividades de libros. Tras cada bloque de contenidos se propondrá la realización de ejercicios de los libros recomendados.
Corrección de actividades. La participación en la corrección de actividades en el aula, que tendrá lugar tras la realización de las actividades anteriores.
Creación y actualización de un blog “corporativo”. El alumnado realizará un blog en el que se irán introduciendo las entradas encargadas en clase, en relación a los contenidos.
Trabajo en clase. Trabajo que se realizará en clase en aras de abordar los objetivos que se desprenden de los contenidos.
Trabajo de Estudio de Imagen Corporativa. Compilación que tendrán que realizar sobre los contenidos de la unidad didáctica. Tendrá que tener un índice determinado de antemano y deberá plasmarse en el blog corporativo.

Instrumento de evaluación	Ponderación
Trabajo en clase	20%
Actividades de libros	15%
Corrección de actividades	10%
Blog	25%
Trabajo de Estudio de Imagen	30%
Calificación global: En relación con el porcentaje conseguido. Se supera la unidad didáctica obteniendo el 50% de la ponderación mencionado (5)	

Para obtener la nota numérica de esta unidad didáctica se tendrán en cuenta los siguientes criterios para establecer porcentajes:

- Cada alumna o alumno obtendrá en 20% por el “trabajo en clase” si realiza en el aula las actividades propuestas para su realización en las horas determinadas y especificadas para ello. Si no está en clase algunas de esas horas, el porcentaje de este apartado se calculará ponderadamente.

- Para alcanzar el 15% en las actividades de libros deberán entregarse realizadas y corregidas, inmediatamente después de su corrección en el aula.
- Para alcanzar el 10% en “corrección de actividades” cada alumna o alumno deberá haber realizado en clase una corrección de una de las actividades de cada bloque de contenidos. Por debajo de esa actividad se aplicara la proporcionalidad correspondiente.
- Para alcanzar el 25% con el blog cada alumna o alumno tendrá que tener en su blog TODAS las entradas que se hayan encargado en clase. Con este requisito comprobado, a cierta fecha, determinada y publicada en clase, el blog tendrá una nota de 5 a 10, con lo que el porcentaje conseguido se calculará ponderadamente.
- Para alcanzar el 30% con el trabajo sobre “Estudio de Imagen” cada alumna o alumno deberá realizar un trabajo que se propondrá en clase en relación a los contenidos de este tema. El trabajo se reflejará en una entrada específica del blog. Se puntuará del 1 al 10 en función de la adecuación de los contenidos, de su entrega en la fecha propuesta y de la calidad del mismo.

Criterios para la recuperación de la unidad didáctica en el caso de evaluación negativa	
El criterio básico será que cada alumna o alumno deberá superar el 50% en la evaluación de la unidad didáctica. Para ello deberá realizar, teniendo en cuenta su actividad anterior en esta unidad didáctica, las siguientes actividades, hasta completar una evaluación positiva.	Mejorar el trabajo sobre estudio de imagen corporativa
	Entregar actividades que no haya entregado o repetir aquellas con las que no haya conseguido el porcentaje más alto
	Actividades de refuerzo y complementarias

Unidad didáctica nº 2

Título: Determinación de los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades.

Duración: 22 horas

RA.2. Determina los elementos que definen la imagen corporativa de las entidades, analizando su diseño y códigos iconológicos

Criterios de evaluación

- a) Se ha especificado el concepto y funciones de la identidad visual corporativa.
- b) Se han caracterizado los signos de identificación visual de la imagen corporativa.
- c) Se han identificado los soportes donde se aplican los elementos identificadores de la imagen corporativa.
- d) Se han analizado las aplicaciones de la identidad gráfica de la empresa a la papelería corporativa.
- e) Se han establecido las líneas de diseño de los elementos visuales de la imagen corporativa.
- f) Se han identificado los espacios y la arquitectura y su relación con la imagen corporativa.
- g) Se ha reflexionado sobre la vinculación sensorial y la percepción de la imagen corporativa.
- h) Se ha aplicado el método iconológico a la asesoría de imagen corporativa.
- i) Se ha especificado el simbolismo de los elementos distintivos y su diseño.
- j) Se ha analizado la evolución en los elementos de identificación y sus cambios

Contenidos básicos:

- Identidad visual corporativa. Manual de identidad corporativa. Concepto y funciones de la identidad visual.
 - Los signos visuales que determinan la imagen corporativa; el nombre o razón social, la marca, logotipos, imatipos o símbolos, rotulación, tipografía, colores corporativos y firma corporativa.
- Soportes donde se aplican los elementos gráficos corporativos.
 - Papelería corporativa; tarjetas de visitas, carátulas de CD y DVD, entre otros.
 - Aplicaciones digitales, plantillas para contenidos digitales, portal de internet y CD interactivos, entre otros.
 - Aplicaciones editoriales. Folletos corporativos, catálogos entre otros.
 - Entorno. Señalización de dirección y de identificación. Vehículos; corporativos, de transporte de personal, o de producto. Arquitectura interior y exterior; puntos de venta, stands, oficinas y otros.
 - Equipo humano. Indumentaria, uniformes, atención al público y otros.
 - Producto. Envases, embalajes y etiquetas.
- Líneas de diseño elementales para la creación de la identidad gráfica. Descripción y características.
- Los espacios interiores y exteriores; la arquitectura corporativa. Estilos, materiales, decoración y escaparates entre otros.
- Condicionantes y principios perceptivos de la imagen iconográfica; la vinculación sensorial.
 - Condicionantes. Mezcla de anatomía y antropología (uso de la mano derecha), físico, mental, calidad

- sensorial, orden de percepción, captadores de atención, entre otros
- Principios perceptivos. Principio diferenciador entre forma y fondo, de discriminación inducida, entre otros.
- El método iconológico aplicado a la asesoría de imagen corporativa.
 - Iconología aplicada a la imagen corporativa.
 - Los códigos y elementos iconológicos. El lenguaje iconológico.
- El simbolismo de los elementos distintivos y su diseño. Diferenciación con la competencia.
- La evolución de los elementos de identificación.
 - Relación entre los elementos identificadores y la filosofía corporativa.
- Elementos que se van a potenciar, neutralizar o eliminar.

Actividades y pruebas para evaluación sobre la U.D.

Actividades de libros. Tras cada bloque de contenidos se propondrá la realización de ejercicios de los libros recomendados.

Corrección de actividades. La participación en la corrección de actividades en el aula, que tendrá lugar tras la realización de las actividades anteriores.

Creación y actualización de un blog “corporativo”. El alumnado realizará un blog en el que se irán introduciendo las entradas encargadas en clase, en relación a los contenidos.

Trabajo en clase. Trabajo que se realizará en clase en aras de abordar los objetivos que se desprenden de los contenidos.

Trabajo de Análisis de Identidad Corporativa. Compilación que tendrán que realizar sobre los contenidos de la unidad didáctica. Tendrá que tener un índice determinado de antemano, que incluirá una auditoría de identidad corporativa, y deberá plasmarse en el blog corporativo.

Instrumento de evaluación	Ponderación
Trabajo en clase	15%
Actividades de libros	10%
Corrección de actividades	15%
Blog	10%
Trabajo de Análisis de Identidad Corporativa	50%
Calificación global: En relación con el porcentaje conseguido. Se supera la unidad didáctica obteniendo el 50% de la ponderación mencionado (5)	

Para obtener la nota numérica de esta unidad didáctica se tendrán en cuenta los siguientes criterios para establecer porcentajes:

- Cada alumna o alumno obtendrá en 15% por el “trabajo en clase” si realiza en el aula las actividades propuestas para su realización en las horas determinadas y especificadas para ello. Si no está en clase algunas de esas horas, el porcentaje de este apartado se calculará ponderadamente.
- Para alcanzar el 10% en las actividades de libros deberán entregarse realizadas y corregidas, inmediatamente después de su corrección en el aula.
- Para alcanzar el 15% en “corrección de actividades” cada alumna o alumno deberá haber realizado en clase una corrección de una de las actividades de cada bloque de contenidos. Por debajo de esa actividad se aplicara la proporcionalidad correspondiente.
- Para alcanzar el 10% con el blog cada alumna o alumno tendrá que tener en su blog TODAS las entradas que se hayan encargado en clase. Con este requisito comprobado, a cierta fecha, determinada y publicada en clase, el blog tendrá una nota de 5 a 10, con lo que el porcentaje conseguido se calculará ponderadamente.
- Para alcanzar el 50% con el trabajo sobre “Análisis de identidad corporativa” cada alumna o alumno deberá realizar un trabajo que se propondrá en clase en relación a los contenidos de este tema. El trabajo se reflejará en una entrada específica del blog. Se puntuará del 1 al 10 en función de la adecuación de los contenidos, de su entrega en la fecha propuesta y de la calidad del mismo.

Criterios para la recuperación de la unidad didáctica en el caso de evaluación negativa	
El criterio básico será que cada alumna o alumno deberá superar el 50% en la evaluación de la unidad didáctica. Para ello deberá realizar, teniendo en cuenta su actividad anterior en esta unidad didáctica, las siguientes actividades, hasta completar una evaluación positiva.	Mejorar el trabajo sobre estudio de análisis de identidad corporativa
	Entregar actividades que no haya entregado o repetir aquellas con las que no haya conseguido el porcentaje más alto
	Actividades de refuerzo y complementarias

Unidad didáctica nº 3

Título: Determinación de la imagen de los colectivos profesionales

Duración: 8 horas

Esta unidad didáctica será impartida en los centros de trabajo

RA.3. Determina la imagen de los colectivos profesionales, identificando los elementos que la forman y evaluando su efecto en la imagen corporativa.

Criterios de evaluación

- a) Se han analizado los aspectos de la identidad corporativa que se va a transmitir por los colectivos profesionales.
- b) Se han realizado el estudio de imagen, expresión, estilos y habilidades de interrelación del equipo de trabajo.
- c) Se han adecuado los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.
- d) Se ha diseñado la propuesta de asesoría de imagen colectiva.
- e) Se ha realizado el asesoramiento en imagen externa, expresión y habilidades de interrelación.
- f) Se ha realizado el asesoramiento en imagen externa, expresión y habilidades de interrelación.
- g) Se han establecido las pautas para la implementación de la nueva imagen colectiva.

Contenidos básicos:

- La imagen corporativa a través de los colectivos profesionales. Mensajes, valores y cualidades de la identidad corporativa que se desean transmitir.
 - Análisis del equipo de profesionales.
 - Imagen externa, vestuario y complementos, peinado, maquillaje, entre otros.
 - Expresión verbal y no verbal, educación postural y otros.
 - Estilos. Clásico, natural, extremado, sensual, vanguardista entre otros.
 - Habilidades de interrelación personal, social, profesional, corporativas entre otras. Estilos de habilidades de interrelación (estricto, correcto, prudente, educado, entre otros). Transmisión de la cultura corporativa.
 - Determinación de los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.
 - Propuesta de asesoría de imagen colectiva.
 - Asesoramiento en imagen individual; en imagen externa, en expresión oral, gestual, corporal, asesoramiento en habilidades de interrelación personal, social, profesional y corporativa.
 - Asesoramiento a un grupo de personas para transmitir la identidad o valores corporativos de la empresa.
 - Elaboración del manual de procedimiento de imagen colectiva.
 - Profesionales colaboradores, maquilladores, diseñadores gráficos, peluqueros, y otros. Coordinación entre especialistas.
 - Implementación de la imagen colectiva. La imagen profesional; imagen externa, uniformes corporativos y nuevas formas de expresión personal.
- Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa:
- Proyecto de asesoría de imagen corporativa, fases. Secuenciación.
 - Asesoría de imagen corporativa, protocolo de imagen o de estilo.
 - Elaboración del protocolo de imagen o de estilo, introducción, manual de

procedimiento y estilo de redacción. - Fase de investigación y de análisis. Técnicas de investigación cuantitativas, cualitativas y mixtas). Auditorias de imagen. Estudio externo. Concreción de la personalidad, la identidad y cultura corporativa. - Fase de validación de la identidad corporativa. - Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación. Imagen del paisaje y la arquitectura, imagen del hábitat, iconografía, colectiva y de la gestión. - Fase de implementación de la imagen corporativa en el producto o servicio. - Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa, establecimiento de los indicadores de calidad. Auditorías internas y externas. Divulgación de los resultados. Reconocimientos. Revisión periódica y/o cíclica de los manuales y del protocolo. - Documentación técnica anexa a la propuesta. - Relación de trabajos técnicos por especialidades. - Informes de derivación a otros profesionales. - Documentación económica, diseño, elaboración y justificación del presupuesto. - Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa. - Elaboración de propuestas en soporte manual e informático. - Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores. - Planificación de acciones. Calendario de actuación. Temporalización. Organización y coordinación del trabajo. - Presentación de la propuesta personalizada. Selección del formato de presentación. - Conclusión de la propuesta, resolución de dudas, acuerdos y cumplimentación de la autorización del proceso.

- Todos los criterios de evaluación estarán valorados en el centro de trabajo que proporcionará una calificación cualitativa en base a actividades que propondré y que se enviarán para su desarrollo.

Criterios de evaluación	Actividades
a) Se han analizado los aspectos de la identidad corporativa que se va a transmitir por los colectivos profesionales.	A1 RA3 ICO Analiza la indumentaria y las habilidades de interrelación del personal que trabaja en tu centro de trabajo y explica qué elementos modificarías para mejorar la percepción de la imagen corporativa de la empresa por parte de la clientela. (Criterios: b) d) e) y g))
b) Se han realizado los estudios de imagen, expresión, estilos y habilidades de interrelación del equipo de trabajo.	
c) Se han adecuado los elementos, características y símbolos para crear la imagen colectiva.	
d) Se ha diseñado la propuesta de asesoría de imagen colectiva.	
e) Se ha realizado el asesoramiento en imagen externa, expresión y habilidades de interrelación.	
g) Se han establecido las pautas para la implementación de la nueva imagen colectiva.	

Criterios para la recuperación de la unidad didáctica en el caso de evaluación negativa	
El criterio básico será que cada alumna o alumno deberá superar el 50% en la evaluación de la unidad didáctica. Para ello deberá realizar, teniendo en cuenta su actividad anterior en esta unidad didáctica, las siguientes actividades, hasta completar una evaluación positiva.	Mejorar el trabajo sobre estudio de imagen de colectivos
	Entregar actividades que no haya entregado o repetir aquellas con las que no haya conseguido el porcentaje más alto
	Actividades de refuerzo y complementarias

Unidad didáctica nº 4

Título: Elaboración de proyectos de asesoría de imagen corporativa.

Duración: 20 horas

RA.4 Elabora proyectos de asesoría de imagen corporativa, determinando el plan de acción y secuenciando sus fases.

Criterios de evaluación
a) Se han establecido las fases del proyecto de asesoría de imagen corporativa.
b) Se ha realizado la fase de investigación y validación de la identidad corporativa.
c) Se han especificado las pautas para implementar la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación así como en los productos/servicios.
d) Se ha planificado la fase de mantenimiento y control.
e) Se han especificado los indicadores de calidad para el mantenimiento de la imagen corporativa.
f) Se ha elaborado la documentación técnica y económica de la propuesta.
g) Se han seleccionado las herramientas y técnicas para la elaboración del proyecto de asesoría.
h) Se ha elaborado la propuesta en soporte manual e informático.
i) Se han especificado los medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
j) Se han reconocido los criterios para seleccionar a los profesionales o las profesionales colaboradoras.
k) Se han establecido las acciones y el calendario de actuación para el desarrollo del proyecto.
l) Se ha presentado la propuesta en asesoría de imagen corporativa.
m) Se ha seleccionado el formato de presentación de la propuesta.
Contenidos básicos:
– Proyecto de asesoría de imagen corporativa, fases. Secuenciación. - Asesoría de imagen corporativa, protocolo de imagen o de estilo. Elaboración del protocolo de imagen o de estilo, introducción, manual de procedimiento y estilo de redacción. - Fase de investigación y de análisis. Técnicas de investigación (cuantitativas, cualitativas y mixtas). Auditorías de imagen. Estudio externo. Concreción de la personalidad, la identidad y cultura corporativa. - Fase de validación de la identidad corporativa. - Fase de implementación de la imagen corporativa en los distintos ámbitos y campos de aplicación. Imagen del paisaje y la arquitectura, imagen del hábitat, iconografía, colectiva y de la gestión. - Fase de implementación de la imagen corporativa en el producto o servicio. - Fase de mantenimiento y control de la imagen corporativa, establecimiento de los indicadores de calidad. Auditorías internas y externas. Divulgación de los resultados. Reconocimientos. Revisión periódica y/o cíclica de los manuales y del protocolo. – Documentación técnica anexa a la propuesta. - Relación de trabajos técnicos por especialidades. - Informes de derivación a otros profesionales.

- Documentación económica, diseño, elaboración y justificación del presupuesto.
- Herramientas y técnicas para la elaboración de los proyectos de imagen corporativa.
- Elaboración de propuestas en soporte manual e informático.
- Medios, espacios, recursos humanos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Criterios de selección de profesionales colaboradores.
- Planificación de acciones. Calendario de actuación. Temporalización. Organización y coordinación del trabajo.
- Presentación de la propuesta personalizada. Selección del formato de presentación.
- Conclusión de la propuesta, resolución de dudas, acuerdos y cumplimentación de la autorización del proceso.

Actividades y pruebas para evaluación sobre la U.D.
Actividades de libros. Tras cada bloque de contenidos se propondrá la realización de ejercicios de los libros recomendados.
Corrección de actividades. La participación en la corrección de actividades en el aula, que tendrá lugar tras la realización de las actividades anteriores.
Exposición del proyecto. El alumnado tendrá que exponer en clase el contenido del trabajo referenciado más abajo.
Trabajo en clase. Trabajo que se realizará en clase en aras de abordar los objetivos que se desprenden de los contenidos.
Trabajo de Proyecto de asesoría. Compilación que tendrán que realizar sobre los contenidos de la unidad didáctica. Tendrá que tener un índice determinado de antemano, que incluirá una auditoría de identidad corporativa, y deberá plasmarse en el blog corporativo.

Instrumento de evaluación	Ponderación
Trabajo en clase	20%
Actividades de libros	10%
Corrección de actividades	10%
Exposición proyecto	25%
Trabajo de Proyecto de asesoría	35%
Calificación global: En relación con el porcentaje conseguido. Se supera la unidad didáctica obteniendo el 50% de la ponderación mencionado (5)	

Para obtener la nota numérica de esta unidad didáctica se tendrán en cuenta los siguientes criterios para establecer porcentajes:

- Cada alumna o alumno obtendrá en 20% por el “trabajo en clase” si realiza en el aula las actividades propuestas para su realización en las horas determinadas y especificadas para ello. Si no está en clase algunas de esas horas, el porcentaje de este apartado se calculará ponderadamente.
- Para alcanzar el 10% en las actividades de libros deberán entregarse realizadas y corregidas, inmediatamente después de su corrección en el aula.

- Para alcanzar el 10% en “corrección de actividades” cada alumna o alumno deberá haber realizado en clase una corrección de una de las actividades de cada bloque de contenidos. Por debajo de esa actividad se aplicara la proporcionalidad correspondiente.
- Para alcanzar el 25% de la exposición del trabajo cada alumna o alumno tendrá exponer su proyecto al resto de la clase. Tendrá una nota de 0 a 10, con lo que el porcentaje conseguido se calculará ponderadamente.
- Para alcanzar el 35% con el trabajo sobre “Proyecto de asesoría” cada alumna o alumno deberá realizar un trabajo que se propondrá en clase en relación a los contenidos de este tema. El trabajo se reflejará en una entrada específica del blog. Se puntuará del 1 al 10 en función de la adecuación de los contenidos, de su entrega en la fecha propuesta y de la calidad del mismo.

Criterios para la recuperación de la unidad didáctica en el caso de evaluación negativa	
El criterio básico será que cada alumna o alumno deberá superar el 50% en la evaluación de la unidad didáctica. Para ello deberá realizar, teniendo en cuenta su actividad anterior en esta unidad didáctica, las siguientes actividades, hasta completar una evaluación positiva.	Mejorar el trabajo sobre Proyecto de asesoría
	Entregar actividades que no haya entregado o repetir aquellas con las que no haya conseguido el porcentaje más alto
	Actividades de refuerzo y complementarias

Unidad didáctica nº 5

Título: Elaboración del manual de imagen corporativa.

Duración: 16 horas

RA.5 Elabora el manual de imagen corporativa, adaptándolo a las características de la entidad.

Criterios de evaluación

- a) Se han establecido la estructura y objetivos de los manuales de imagen corporativa y libros de estilo de las compañías.
- b) Se ha reconocido la función comunicativa de la identidad visual.
- c) Se han determinado los elementos gráficos de identidad visual.
- d) Se han justificado las normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.
- e) Se han elaborado los manuales de procedimiento de los distintos ámbitos de la asesoría de imagen corporativa.
- f) Se han identificado manuales corporativos de interés para la asesoría de imagen corporativa.
- g) Se han reconocido los elementos identificadores de los manuales corporativos de los partidos políticos.
- h) Se ha establecido un mecanismo de evaluación de la evolución del manual de imagen.

Contenidos básicos:

- El manual de estilo o manual de imagen corporativa.
 - Objetivos, Definición de forma y estilo de los elementos de identificación visual y de los sistemas de soportes gráficos de una institución.
 - Estructura. Sistema de identificación visual. Sistema de soportes gráficos.
- Función comunicativa de la identidad visual, diferenciadora (identidad monolítica, respaldada, de marca), simbólica, designativa, identificativa (en productos y servicios, en soportes gráficos, en el entorno, equipamiento humano entre otros), función asociativa (asociación lógica, arbitraria, analógica) y memorística entre otras.
- Elementos gráficos de identificación visual; razón social, marca, logotipos, imatipos entre otros.
- Normas referidas a la aplicación del diseño y a la identidad gráfica.
- Manuales de procedimiento, submanual de estrategias comunicativas, submanual de identidad visual, submanual de imagen colectiva entre otros.
- Los libros de estilo o manual de conducta corporativa (recoge los principios de cultura corporativa y las normas de comportamiento corporativo de la empresa).
- Manuales corporativos de interés en asesoría de imagen corporativa.
 - Manual corporativo de los partidos políticos. Estructura. Identificadores gráficos, rasgos estables, rasgos alternativos, subprogramas, evolución, conflictos entre otros. Diferencias entre las opciones políticas.
 - Otros manuales corporativos (instituciones públicas, principales medios de comunicación entre otros).
- La gestión de la imagen corporativa en la comunicación visual.
- Evaluación de la evolución del manual de imagen. Análisis de la repercusión económica de las acciones en imagen corporativa.

--

Actividades y pruebas para evaluación sobre la U.D.
Actividades de libros. Tras cada bloque de contenidos se propondrá la realización de ejercicios de los libros recomendados.
Corrección de actividades. La participación en la corrección de actividades en el aula, que tendrá lugar tras la realización de las actividades anteriores.
Creación y actualización de un blog “corporativo”. El alumnado realizará un blog en el que se irán introduciendo las entradas encargadas en clase, en relación a los contenidos.
Trabajo en clase. Trabajo que se realizará en clase en aras de abordar los objetivos que se desprenden de los contenidos.
Trabajo de Manual de Identidad Corporativa. Compilación que tendrán que realizar sobre los contenidos de la unidad didáctica. Tendrá que tener un índice determinado de antemano, que incluirá una auditoría de identidad corporativa, y deberá plasmarse en el blog corporativo.

Instrumento de evaluación	Ponderación
Trabajo en clase	20%
Actividades de libros	10%
Corrección de actividades	10%
Blog	10%
Trabajo de Manual de Identidad Corporativa	50%
Calificación global: En relación con el porcentaje conseguido. Se supera la unidad didáctica obteniendo el 50% de la ponderación mencionado (5)	

Para obtener la nota numérica de esta unidad didáctica se tendrán en cuenta los siguientes criterios para establecer porcentajes:

- Cada alumna o alumno obtendrá en 20% por el “trabajo en clase” si realiza en el aula las actividades propuestas para su realización en las horas determinadas y especificadas para ello. Si no está en clase algunas de esas horas, el porcentaje de este apartado se calculará ponderadamente.
- Para alcanzar el 10% en las actividades de libros deberán entregarse realizadas y corregidas, inmediatamente después de su corrección en el aula.
- Para alcanzar el 10% en “corrección de actividades” cada alumna o alumno deberá haber realizado en clase una corrección de una de las actividades de cada bloque de contenidos. Por debajo de esa actividad se aplicará la proporcionalidad correspondiente.
- Para alcanzar el 10% con el blog cada alumna o alumno tendrá que tener en su blog TODAS las entradas que se hayan encargado en clase. Con este requisito

comprobado, a cierta fecha, determinada y publicada en clase, el blog tendrá una nota de 5 a 10, con lo que el porcentaje conseguido se calculará ponderadamente.

- Para alcanzar el 50% con el trabajo sobre “Manual de Identidad Corporativa” cada alumna o alumno deberá realizar un trabajo que se propondrá en clase en relación a los contenidos de este tema. El trabajo se reflejará en una entrada específica del blog. Se puntuará del 1 al 10 en función de la adecuación de los contenidos, de su entrega en la fecha propuesta y de la calidad del mismo.

Criterios para la recuperación de la unidad didáctica en el caso de evaluación negativa	
El criterio básico será que cada alumna o alumno deberá superar el 50% en la evaluación de la unidad didáctica. Para ello deberá realizar, teniendo en cuenta su actividad anterior en esta unidad didáctica, las siguientes actividades, hasta completar una evaluación positiva.	Mejorar el trabajo sobre Manual de Identidad Corporativa
	Entregar actividades que no haya entregado o repetir aquellas con las que no haya conseguido el porcentaje más alto
	Actividades de refuerzo y complementarias

Unidad didáctica nº 6

Título: Implementación de estrategias de comunicación.

Duración: 6 horas

Esta Unidad Didáctica será impartida en los centros de trabajo

RA.6 Implementa las estrategias de comunicación, estableciendo el plan de actuación y los elementos de promoción corporativa.

Criterios de evaluación

- a) Se han establecido las políticas de imagen y comunicación corporativa.
- b) Se han identificado los tipos de comunicación empresarial que existen.
- c) Se han establecido pautas de relación con los medios y las agencias de comunicación.
- d) Se han seleccionado los elementos de promoción corporativa.
- e) Se ha valorado la repercusión social de las acciones de patrocinio/mecenazgo.
- f) Se ha diseñado un plan de comunicación empresarial.
- g) Se han analizado las nuevas formas de comunicación vinculadas a la tecnología.
- h) Se ha aplicado el manual de comunicación estratégica.
- i) Se ha utilizado la creación de marcas asociadas a valores para recordar los compromisos de la empresa.

Contenidos básicos:

- Políticas de imagen y comunicación empresarial/institucional. Definición. Tipos de comunicación empresarial, interna y externa.
 - Comunicación interna. Liderazgo corporativo. Participación de los empleados y empleadas.
 - Herramientas de comunicación interna. Redacción de documento. Aportación de nuevas tecnologías.
 - Comunicación externa. Clasificación, mercado de consumo, de distribución, entre otros. El marketing como herramientas de comunicación. Relaciones públicas. Comunicación de crisis empresarial.
- Las relaciones externas con repercusión en la imagen empresarial/institucional.
 - Relaciones con los medios y las agencias de comunicación; selección de la información de la empresa y análisis de la información producida por los medios de comunicación. Intermediación entre la empresa y los medios de comunicación (entrevista, publrreportajes, reportajes, videoconferencias entre otros).
- La promoción institucional y/o corporativa. Definición y elementos, eventos relacionados con lanzamientos de productos, jornada de puertas abiertas, ferias de muestras y exposiciones, congresos, conferencias y presentaciones, encuentros vendedores/proveedores/distribuidores, reuniones de socios entre otros.
 - Las acciones de patrocinio/mecenazgo.
- Plan de comunicación empresarial; definición de objetivos, definición de estrategias y mensajes, calendario de actuación, evaluación de costes y seguimiento del plan, reparto de responsabilidades, análisis y aplicación.
 - Manual de comunicación estratégica. Elementos y características.
- La tecnología y la comunicación en la imagen corporativa. Características.

– Responsabilidad social corporativa. Características. Creación de marcas asociadas a valores.

- Todos los criterios de evaluación estarán valorados en el centro de trabajo que proporcionará una calificación cualitativa en base a actividades que propondré y que se enviarán para su desarrollo.

Criterios de evaluación	Actividades
a) Se han establecido las políticas de imagen y comunicación corporativa.	A1 RA6 ICO Realiza una lista de los tipos de comunicación empresarial que existen en la empresa de tu centro de trabajo y, en cada caso, explica la repercusión de cada tipo de comunicación sobre la actividad de tu centro de trabajo. (Criterios b) d) y h))
b) Se han identificado los tipos de comunicación empresarial que existen.	
c) Se han establecido pautas de relación con los medios y las agencias de comunicación.	
d) Se han seleccionado los elementos de promoción corporativa.	
e) Se ha valorado la repercusión social de las acciones de patrocinio/mecenazgo.	
f) Se ha diseñado un plan de comunicación empresarial.	
g) Se han analizado las nuevas formas de comunicación vinculadas a la tecnología.	
h) Se ha aplicado el manual de comunicación estratégica.	
i) Se ha utilizado la creación de marcas asociadas a valores para recordar los compromisos de la empresa.	

Criterios para la recuperación de la unidad didáctica en el caso de evaluación negativa	
El criterio básico será que cada alumna o alumno deberá superar el 50% en la evaluación de la unidad didáctica. Para ello deberá realizar, teniendo en cuenta su actividad anterior en esta unidad didáctica, las siguientes actividades, hasta completar una evaluación positiva.	Mejorar el trabajo sobre Trabajo de Comunicación
	Entregar actividades que no haya entregado o repetir aquellas con las que no haya conseguido el porcentaje más alto
	Actividades de refuerzo y complementarias