



**PROYECTO DE COLABORACIÓN** (Según convocatoria de carácter especial denominadas Becas-Colaboración de estudiantes en departamentos universitarios para el curso académico 2019/2020)

**PROFESOR RESPONSABLE:**  
**DR. FERNANDO OLIVARES DELGADO**

**TITULO DEL PROYECTO:**  
**IMAGEN CORPORATIVA Y MARCAS DE GRAN CONSUMO**

**DEPARTAMENTO:** Comunicación y Psicología Social

**ÁREA:** Comunicación audiovisual y publicidad

**MATERIA EN LA QUE COLABORARÍA:** Imagen Corporativa (obligatoria) y Tendencias en Gestión de Marcas (optativa)

#### **BREVE DESCRIPCIÓN**

El proyecto consiste en la documentación, análisis e investigación de casos, noticias y referencias de marcas del sector del gran consumo a nivel nacional e internacional.

Se investigará especialmente experiencias vanguardistas e innovadoras en materia de transparencia, colaboración y alianzas de marcas (*cobranding*, sobre todo), tanto en España como en países de nuestro entorno. Monitorización y medición de la transparencia de marca y de prácticas de mentira corporativa.

El alumnado desempeña un rol profesional participando en los procesos de investigación de los proyectos en marcha así como en las actividades de imagen corporativa y de gestión de marca de la Cátedra de la Marca Corporativa y del grupo UA\_Brandscience de la Universidad de Alicante.

#### **TAREAS A REALIZAR**

- Colaborar en las tareas de documentación y búsqueda de la información sobre casos, noticias, referencias y temáticas de la materia.
- Sistematizar la búsqueda, analizar los datos, presentar informes y colaborar en la tarea conclusiva.
- Colaborar con las tareas de comunicación, diseño y promoción de acciones de interés sobre marcas y gran consumo.
- Colaborar con la Cátedra de la Marca Corporativa de la Universidad de Alicante e inscripción gratuita en las actividades formativas de la Cátedra  
Ver: <https://catedramarcacorporativa.es>
- Colaboración con tareas investigadoras del grupo de investigación en Marca Corporativa de la Universidad de Alicante UA\_Brandscience
- Inclusión como investigador junior al grupo UA\_Brandscience (<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/74852>).

## **IMPACTO EN LAS COMPETENCIAS ASOCIADAS A LA MATERIA OBLIGATORIA ASOCIADA**

### **Competencias Generales: Instrumentales e interpersonales**

CG1 : Capacidad de análisis y síntesis

CG2 : Capacidad de poner en práctica conocimientos

CG3 : Conocimiento básico del campo de estudio

CG4 : Conocimiento básico de la profesión

CG9 : Toma de decisiones

CG10: Habilidad para trabajar en un equipo interdisciplinar

### **Competencias Específicas:**

#### **Competencias Profesionales (saber hacer)**

CE16 : Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.

CE21 : Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen, identidad, cultura y reputación social corporativa de la empresa.

CE26 : Capacidad para la toma de decisiones estratégicas.

CE29 : Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

CE32 : Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento del proyecto y la estrategia a seguir.

### **OBJETIVO**

Investigar sobre la imagen corporativa y de marca en el sector del gran consumo, con especial atención a la transparencia de marca, la mentira corporativa y la colaboración (cobranding y alianzas).

**DURACIÓN:** Curso académico 2019/2020

**DEDICACIÓN:** 3 horas diarias durante 8 meses, según establece la convocatoria.