



Universitat d'Alacant Universidad de Alicante

Departamento de Comunicación y Psicología Social

PROYECTO DE COLABORACIÓN (según convocatoria de carácter especial denominadas Becas-Colaboración de estudiantes en departamentos universitarios para el curso académico 2018/2019)

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 y Tendencias en Gestión de Marcas

BREVE DESCRIPCIÓN

El proyecto consiste en la documentación, análisis e investigación de los 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 y colaboración de marcas (*cobranding*, sobre todo), tanto en España como en países de nuestro entorno. Monitorización y medición de la transparencia de marca.

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 y promoción de acciones de interés sobre marcas y gran consumo.
- Colaborar con la Cátedra de la Marca Corporativa
- Colaboración e incorporación al grupo de investigación en Marca Corporativa de la Universidad de Alicante, UA-Brandscience.

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 de Conocimiento (saber)

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 y la colaboración (cobranding y alianzas).

DURACIÓN: Curso académico 2018/2019

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