



IES Francesc de B. Moll
DEPARTAMENT
DE IMATGE PERSONAL
CFGM ESTÈTICA I BELLESA

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educio.caib.es



MÓDUL PROFESIONAL : DIRECCIÓ I COMERCIALIZACIÓ
(IMP33-1071)

CONTINGUTS:

Unitat 1. Identitat corporativa:

- Camp d'actuació de l'assessor d'imatge corporativa. Assessorament d'imatge d'espais. Assessorament d'imatge de les persones. Assessorament a l'imatge corporativa iconogràfica i cultura corporativa. Assessorament a l'imatge de la gestió.
- Personalitat corporativa de l'organització. Cultura corporativa.
- Transmissió de la cultura corporativa: habilitats socials, habilitats d'interrelació professional i corporativa.
- Ideologia o filosofia corporativa de l'organització: ideologia dels fundadors: adscripcions, nivell de compromís, ideologia de l'equip directiu i ideologia dels recursos humans.
- Identitat corporativa i institucional: identificació de l'imatge corporativa.
- Mètodes i tècniques per a realitzar la concreció de la identitat corporativa.
- Estudi d'imatges corporatives públiques i privades a l'àmbit nacional i internacional.
- Relació entre imatge corporativa i tipus d'empreses i/o entitat.
- La percepció social dels valors i imatge corporatius. Anàlisi de la percepció.

Unitat 2. Elements de l'imatge corporativa de les entitats:

- Signes visuals que determinen l'imatge corporativa: nombre o raó social, marca, logotips, imago tipus, retolació, tipografia, colors corporatius i signatura corporativa.
- Suports a on s'apliquen els elements gràfics corporatius.
- Línees de disseny elementals per a la creació de la identitat gràfica.
- Els espais interiors i exteriors: arquitectura corporativa.
- Condicionants i principis perceptius de la imatge iconogràfica: vinculació sensorial.
- Mètode iconològic aplicat a l'assessoria d'imatge corporativa.
- Relació entre els elements identificadors i la filosofia corporativa. Elements que es potenciaran, neutralitzaran o eliminaran.
- Simbolisme dels elements distintius i els seu disseny. Diferenciació amb la competència.



IES Francesc de B. Moll
DEPARTAMENT
DE IMATGE PERSONAL
CFGM ESTÈTICA I BELLESA

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educio.caib.es



Unitat 3. Imatge dels col·lectius professionals:

- La imatge corporativa a través dels col·lectius professionals.
- Anàlisi de l'equip de professionals. Imatge. Expressió. Estils. Habilitats d'interrelació.
- Determinació dels elements, característiques i símbols per a crear una imatge col·lectiva.
- Proposta d'assessoria d'imatge col·lectiva. Manual de procediment d'imatge col·lectiva. Professionals col·laboradors.
- Implementació de la imatge col·lectiva. La imatge professional: imatge externa, uniformes corporatius i noves formes d'expressió personal.

Unitat 4. Projecte d'assessoria d'imatge corporativa:

- Assessoria d'imatge corporativa: protocol d'imatge o d'estil.
- Fase d'investigació i validació de l'entitat corporativa.
- Fase d'implementació de la imatge corporativa als diferents àmbits i camps d'aplicació.
- Fase de manteniment i control de la imatge corporativa: establiment dels indicadors de qualitat.
- Documentació tècnica annexa a la proposta.
- Eines i tècniques per a l'elaboració dels projectes d'imatge corporativa.
- Elaboració de propostes en suport manual i informàtic.
- Planificació d'accions.
- Documentació econòmica: elaboració del pressupost.
- Presentació de la proposta personalitzada.
- Conclusió de la proposta: resolució de dubtes, acords i autorització del procés.

Unitat 5. Manual de la imatge corporativa:

- Manual d'estil o manual d'imatge corporativa. Estructura i objectius.
- Llibres d'estil.
- Manuals corporatius d'interès a l'assessoria d'imatge corporativa.
- Gestió de la imatge corporativa a la comunicació visual.
- Avaluació de l'evolució del manual d'imatge.

Unitat 6. Estratègies de comunicació:

- Polítiques d'imatge i comunicació empresarial/institucional.
- Pla de comunicació empresarial: definició d'objectius, definició d'estratègies i missatges, calendari d'actuació, avaluació dels costos i seguiment del pla.
- Anàlisi i aplicació del pla de comunicació empresarial.
- Les relacions externes amb la repercussió a la imatge



IES Francesc de B. Moll
DEPARTAMENT
DE IMATGE PERSONAL
CFGM ESTÈTICA I BELLESA

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educio.caib.es



empresarial/institucional.

- Relacions amb els medis i les agències de comunicació: selecció de la informació de l'empresa i anàlisi de la informació produïda pels mitjans de comunicació.
- Promoció constitucional i/o corporativa.
- Elements de promoció corporativa.
- Accions de patrocini/mecenatge.

TIPUS D'EXAMEN:

Prova escrita tipus test amb respostes múltiples, o bé preguntes de resposta curta o una combinació de totes dues. A la prova test, les errades descomptaran la part proporcional, en funció del nombre de respostes possibles ($E=1/(n-1)$; on n és el nombre de respostes possibles)

CRITERIS DE QUALIFICACIÓ I AVALUACIÓ:

Criteris de Qualificació:

La prova es considerarà superada si la puntuació és superior al 50% de la puntuació total.

1. S'ha identificat el camp d'actuació de l'assessor d'imatge corporativa.
2. S'ha definit la personalitat i la cultura corporativa de l'organització.
3. S'ha analitzat la ideologia corporativa dels fundadors, l'equip directiu i els professionals de la empresa.
4. S'ha relacionat la filosofia corporativa amb el producte i el seu públic.
5. S'han establert els mètodes i tècniques per a realitzar la concreció de la identitat corporativa.
6. S'han analitzat imatges corporatives públiques i privades nacionals i internacionals.
7. S'han establert les relacions entre el tipus d'entitats i la seva imatge corporativa.
8. S'han identificat els sistemes de percepció social de la imatge.
9. S'ha analitzat la percepció social de la imatge i els valors corporatius.
10. S'han caracteritzat els signes d'identificació visual de la imatge corporativa.
11. S'han analitzat les aplicacions de la identitat gràfica de l'empresa a la papereria corporativa.
12. S'han establert les línies de disseny dels elements visuals de l'imatge corporativa.
13. S'han identificat els espais i l'arquitectura i la seva relació amb l'imatge corporativa.
14. S'ha aplicat el mètode iconològic a l'assessoria d'imatge corporativa.
15. S'han identificat els suports a on s'apliquen els elements identificadors de l'



IES Francesc de B. Moll
DEPARTAMENT
DE IMATGE PERSONAL
CFGM ESTÈTICA I BELLESA

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educio.caib.es



imatge corporativa.

16. S'ha especificat el simbolisme dels elements distintius i el seu disseny.
17. S'ha analitzat l'evolució en els elements d'identificació i els seus canvis.
18. S'han analitzat els aspectes de la identitat corporativa que es vol transmetre als col·lectius professionals.
19. S'han realitzat l'estudi d'imatge, expressió, estils i habilitats d'interrelació de l'equip de feina.
20. S'han adequat els elements, característiques i símbols per a crear l'imatge col·lectiva.
21. S'ha dissenyat la proposta d'assessoria d'imatge col·lectiva.
22. S'han determinat els professionals col·laboradores.
23. S'ha realitzat l'assessorament en imatge externa, expressió i habilitats d'interrelació.
24. S'han establert les pautes per a la implementació de la nova imatge col·lectiva.
25. S'han establert les fases del projecte de assessoria d'imatge corporativa.
26. S'ha realitzat la fase d'investigació i validació de la identitat corporativa.
27. S'han especificat les pautes per a implementar la imatge corporativa als diferents àmbits i camps d'aplicació així com als productes/serveis.
28. S'ha planificat la fase de manteniment i control.
29. S'han especificat els indicadors de qualitat per al manteniment de la imatge corporativa.
30. S'ha elaborat la documentació tècnica i econòmica de la proposta.
31. S'han seleccionat les eines i tècniques per a l'elaboració del projecte d'assessoria.
32. S'ha seleccionat el format de presentació de la proposta.
33. S'ha elaborat la proposta en suport manual i informàtic.
34. S'han establert les accions i el calendari d'actuació per al desenvolupament del projecte.
35. S'han establert l'estructura i objectius dels manuals d'imatge corporativa i llibres d'estil de les companyies.
36. S'han determinat los elements gràfics d'identitat visual.
37. S'han justificat les normes referides a l'aplicació del disseny i a la identitat gràfica.
38. S'ha reconegut la funció comunicativa de la identitat visual.
39. S'han elaborat els manuals de procediment dels diferents àmbits de l'assessoria d'imatge corporativa.
40. S'han identificat manuals corporatius d'interès per a l'assessoria d'imatge corporativa.
41. S'han reconegut els elements identificadors dels manuals corporatius dels partits polítics.
42. S'ha establert un mecanisme d'avaluació de l'evolució del manual d'imatge.

	IES Francesc de B. Moll DEPARTAMENT DE IMATGE PERSONAL CFGM ESTÈTICA I BELLESA	C/ Caracas nº 6 07007 Palma de Mallorca Tf: 971-278150 e-mail: iesfrancescdeborjamoll@educio.caib.es	
--	---	--	--

43. S'han establert les polítiques d'imatge i comunicació corporativa.
44. S'ha dissenyat un pla de comunicació empresarial.
45. S'han analitzat les noves formes de comunicació vinculades a la tecnologia.
46. S'ha aplicat el manual de comunicació estratègica.
47. S'han establert pautes de relació amb els mitjans i les agències de comunicació.
48. S'han seleccionat els elements de promoció corporativa.
49. S'ha valorat la repercussió social de les accions de patrocini/mecenatge.

1.

BIBLIOGRAFIA:

Asesoría de imagen corporativa. Editorial videocinco

Professor responsable del mòdul: Sonia Castro Bordoy