



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

# UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO  
División de Ciencias Económicas y Administrativas  
Departamento de Administración  
Licenciatura en Administración



## IMAGEN CORPORATIVA

<b>UNIDAD:</b> Regional Centro	<b>EJE DE FORMACIÓN:</b> Especializante
<b>DIVISIÓN:</b> De Ciencias Económicas y Administrativas	<b>HORAS:</b> 64
<b>DEPARTAMENTO:</b> De Administración	<b>REQUISITO (S):</b> 261 CRÉDITOS
<b>MATERIA:</b> IMAGEN CORPORATIVA	<b>ESPACIO EDUCATIVO:</b> Optativa Acentuación en Mercadotecnia
<b>CLAVE:</b> 8716	<b>MODALIDAD:</b> Seminario
<b>CRÉDITOS:</b> 5	<b>HORAS CLASE POR SEMANA:</b> 4
<b>PROGRAMA:</b> Licenciatura en Administración	<b>TEORÍA:</b> 1 <b>PRÁCTICA:</b> 3
	<b>Depto. Que Ofrece el Servicio:</b> Administración

### OBJETIVO GENERAL DE LA MATERIA

El Alumno comprenderá, analizará y valorará la necesidad y trascendencia de que la Empresa muestre una imagen de eficiencia y de calidad en todos sus aspectos a través de la correcta Administración de recursos.

### VINCULOS DE LA MATERIA CON LOS OBJETIVOS CURRICULARES

Al cursar la materia, el Alumno lleva bases para manejar, comprender y relacionar las áreas de Mercadotecnia, Comercialización, Informática, Recursos Humanos y Administración, todas ellas básicas en la formación profesional del Licenciado en Administración.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. El estudiante reconocerá la importancia de la imagen que debe dar la organización ante los públicos con que tiene relación.
2. Elaborará un plan de relaciones públicas para un público determinado.
3. Investigará las opiniones que pueden influir en el comportamiento del personal en una organización.



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

# UNIVERSIDAD DE SONORA

## UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



### CONTENIDO TEMATICO

HORAS CLASE	TEMAS Y SUBTEMAS	OBJETIVOS DE LOS TEMAS
		<b>EL ALUMNO:</b>
5	<b>1. NATURALEZA DEL PROGRAMA DE IMAGEN CORPORATIVA.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad e importancia del programa de Imagen Corporativa.</li> <li>Planeación de Programa Imagen Corporativa.</li> <li>El rol del Consumidor en la Mercadotecnia.</li> <li>Definición e importancia del comportamiento del Consumidor.</li> <li>Motivaciones, intereses, actitudes, etc., que mueven al Consumidor.</li> </ul>	Comprenderá que el comportamiento de los consumidores es la evaluación de grupos de personas con deseos, necesidades y motivaciones no satisfechas.
10	<b>2. COMUNICACION PARA LA IMAGEN DE LA COMPAÑÍA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>El Proceso de Comunicación.</li> <li>Concepto de Comunicación.</li> <li>Modelos de Comunicación.</li> </ul>	Será capaz de tomar decisiones sólidas y prácticas en base a la retroalimentación en comunicación con proveedores, distribuidores, Vendedores y consumidores.
10	<b>3. IMAGEN CORPORATIVA y RELACIONES PÚBLICAS.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Naturaleza e importancia de las Relaciones Públicas.</li> <li>Concepto de la función de Relaciones Públicas.</li> <li>Las Relaciones Públicas como una función Administrativa.</li> <li>Clasificación de las Relaciones Públicas.</li> <li>Diferencia y vínculos entre Relaciones Públicas y Publicidad.</li> </ul>	Comprenderá la relación tan estrecha entre los miembros de la Organización y la Compañía y además con los Sectores Público y Privado.
10	<b>4. IMAGEN CORPORATIVA Y PROMOCION ESPECIAL DE VENTAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad e importancia de la Promoción de Ventas.</li> <li>Determinación de la combinación o mezcla de promoción.</li> <li>Exhibiciones, festivales y demostraciones.</li> <li>Servicio al Cliente como promoción especial de Ventas.</li> </ul>	Conocerá las principales variables sobre la Planeación, Organización y Control de las actividades promocionales de la Empresa.



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

# UNIVERSIDAD DE SONORA

## UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



### ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Análisis de lecturas en relación a los contenidos.
- Elaboración de trabajos escritos (ensayos), individuales y grupales.
- Exposición del Maestro en clase.
- Discusiones grupales.

### EVALUACION DEL CURSO

Porcentualmente la calificación se obtendrá de la siguiente manera:

La suma de las calificaciones de 3 exámenes parciales (20% c/u)	60%
Asistencia a clases	10%
Participación y trabajos	10%
Practica final	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

### PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE

- Licenciado en Finanzas, Licenciado en Administración, Contador Público, Licenciado en Economía, con experiencia en el área financiera-Administrativa
- Con grado de maestría preferentemente
- Experiencia comprobada en el área de finanzas en las empresas, en posiciones ejecutivas y/o Consultoría en Finanzas.
- Mostrar interés por la enseñanza
- Experiencia mínima en docencia de tres años.
- Manejo tecnología de vanguardia



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

# UNIVERSIDAD DE SONORA

## UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



### BIBLIOGRAFIA Y OTROS RECURSOS DIDACTICOS

AUTOR (ES)	TITULO DE LA OBRA	EDITORIAL	AÑO
Kotler, Philip,	DIRECCION DE MERCADOTECNIA: ANALISIS, PLANEACION Y CONTROL	Diana,	
Schewe, Charles, D./ Smith, Rubén M.,	MERCADOTECNIA, CONCEPTOS Y APLICACIONES	McGraw Hill,	
Schnake Ayechu, Hugo,	EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	Trillas,	
Simón, Raymond/ Soria Murillo, Victor,	RELACIONES PUBLICAS	Orientación,	