



Licenciatura en Gestión Estratégica de Imagen
Incorporación SEP, Acuerdo de RVOE: 20193734

Ficha técnica

Duración: 8 semestres / 4 años

Modalidad: presencial escolarizada

No. de créditos: 315

Plan: rígido

Turno: matutino

Horarios: lunes a viernes de 7:00 am a 15:30 horas

OBJETIVO GENERAL

Formar profesionales en el desarrollo de estrategias integrales de Imagen a partir de escenarios individuales y colectivos, con énfasis en la proyección de esencias de personas, organizaciones y productos, como resultado de la actividad teórica, metodológica, de investigación y de acción directa en el campo profesional, impactando eficaz y eficientemente en los diversos sectores personales y productivos en los nuevos modelos de economías y manejo de recursos vigentes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Educar Profesionales en la disciplina de la Imagen en un contexto de valores, conocimientos, prácticas y reflexión que le permitan estructuras estrategias de Imagen Integral que sean aplicadas en su entorno laboral, social, productivo y personal.
2. Formar Profesionales en la disciplina de la Imagen con los más altos estándares académicos en el fomento y desarrollo de sus habilidades, competencias, valores, aptitudes y actitudes profesionales que le permitan realizar una labor conjunta de investigación y aplicación disciplinar de sus conocimientos en los diferentes ámbitos sociales y de impacto profundo en los niveles personales y colectivos.
3. Proyectar Profesionales de la Imagen en los ámbitos académicos y formación de prácticas profesionales de calidad con una visión crítica y reflexiva de su contexto para intervenir en él de forma eficaz, eficiente, profunda y trascendente que le permita moldear su espíritu y su mente en el acto del servicio profesional directo a la sociedad.

PERFIL DE INGRESO

CONOCIMIENTOS SOBRE:

- Conceptos, procesos y situaciones relacionados con la psicología, biología, geografía, historia y comunicación, que le permitan explicar de modo racional y crítico los distintos hechos que ocurren en todo ámbito de la sociedad del conocimiento
- Razonamiento matemático y operaciones específicas, que le permitan explicar aspectos cuantitativos de la realidad, presentes y futuros, así como resolver problemas numéricos asociados a todo ámbito de vida
- Los fenómenos naturales y sociales que le permitan aplicar las teorías básicas de la ciencia, tomando en consideración sus implicaciones y relaciones causales, para su aplicación en la vida cotidiana



HABILIDADES PARA:

- Expresarse eficazmente de manera oral y escrita, utilizando diversos medios, recursos y estrategias en su lengua materna
- Evaluar y aplicar información utilizando estrategias de búsqueda, organización y procesamiento de la misma, para la resolución de problemas en todos los ámbitos de su vida cotidiana
- Trabajar de manera colaborativa en equipos diversos

ACTITUDES DE:

- Integridad en la manera de conducirse dentro de su comunidad estudiantil y fuera de ella
- Respeto hacia su persona y el reconocimiento de sus valores que le permitan abordar problemáticas y lograr los retos planteados para la consecución de objetivos
- Preservación del medio ambiente, a partir de acciones que le permitan expresar el valor que le otorga a la vida y a la naturaleza para su conservación
- Respeto hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales

DESTREZAS QUE LE PERMITAN:

- Resolver problemas, elabora conclusiones y tomar decisiones sustentadas en evidencias, pruebas y argumentos éticos y responsables respecto al desarrollo del conocimiento y la investigación científica
- Utilizar su creatividad en la elaboración y desarrollo de proyectos innovadores
- Aplicar sus capacidades de autonomía y liderazgo en la resolución de conflictos

PERFIL DE EGRESO

El egresado de la Licenciatura en Gestión Estratégica de Imagen será un profesional con los conocimientos, habilidades, actitudes y destrezas que le permitan dar solución a las necesidades sociales de los entornos productivos económicos, políticos y organizacionales como empresas corporativas e instituciones; en el diseño y ejecución de proyectos estratégicos de Imagen para el reconocimiento de características de identidad y el posicionamiento de valores de marcas que incidan en la memorabilidad y toma de decisiones por parte de los distintos públicos meta. Bajo un esquema de formación integral, el egresado será un profesional comprometido con el ejercicio responsable y ético de su profesión, así como la calidad y la mejora continua, que le permita crecer en lo individual y su propia disciplina, desarrollando los siguientes aspectos:

CONOCIMIENTOS SOBRE:

- Los fundamentos de la teoría de la Imagen para la definición de rasgos de identidad de personas, organizaciones y productos, y su aplicación estratégica para el logro de objetivos
- Los elementos de la Filosofía y sus campos de interpretación de esencias
- Las teorías de la psicología y la definición de personas y organizaciones a partir de la categorización de temperamentos y estilos
- Los principios de la Comunicación y sus modelos de interacción verbal y corporal
- Los conocimientos del Marketing y sus técnicas para la definición y el posicionamiento de marcas
- Los conceptos fundamentales de la publicidad para la difusión de mensajes vinculados a los valores de marca
- Los modelos culturales y las diversas características a través de las distintas épocas que conforman la historia del ser humano.
- La planeación personal y organizacional para la consecución de objetivos y metas
- Los elementos del diseño para su aplicación en la creación de discursos visuales creativos
- La técnica fotográfica que le permita diseñar discursos visuales acordes a las teorías de comunicación visual más actuales
- Las nuevas tecnologías de información que le permitan la generación de mensajes para su aplicación en ambientes virtuales
- Las Metodologías de investigación que sustenta el ejercicio profesional de la Consultoría en Imagen



HABILIDADES PARA:

- Comunicarse de manera oral y escrita de manera efectiva
- Capacidad para realizar trabajos colaborativos
- Comunicarse en una segunda lengua
- Llevar a cabo negociaciones eficaces
- Liderar proyectos de trabajo y toma de decisiones
- Elaborar diagnósticos y gestión de planes estratégicos de Imagen dirigidos a personas e instituciones
- Realizar asesorías y proyección de campañas de Imagen dirigidas a sectores empresariales y políticos para optimizar su desarrollo y posicionamiento en su entorno
- Manejar los recursos y procesos fundamentales en la construcción de una consultoría de Imagen, para ofrecer servicios y productos innovadores y creativos relacionados con la Comunicación, el Marketing, Publicidad, Branding corporativo, imagen organización e Institucional y Campañas Políticas
- Realizar manuales de protocolos institucionales que regulen el comportamiento de quienes conforman la organización
- Diseñar proyectos de intervención en Imagen que contribuyan a la mejora de su entorno
- Planear y organizar eventos institucionales en el ámbito empresarial y político
- Evaluar proyectos integrales de imagen

ACTITUDES DE:

- Responsabilidad social y compromiso ciudadano
- Compromiso con la preservación del medio ambiente
- Ética en el ejercicio de su profesión
- Colaboración interdisciplinaria en beneficio de su comunidad
- Respeto hacia el pensamiento crítico de sus pares profesionales
- Honestidad en práctica cotidiana de su profesión
- Autoevaluación crítica para el desarrollo personal y profesional

DESTREZAS QUE LE PERMITAN:

- Realizar análisis personal de color bajo la teoría estacional y tonal
- Realizar mediciones antropométricas para obtener el tipo de cuerpo y rostro
- Elaborar videograbaciones para la interpretación de movimientos corporales y expresiones faciales
- Emplear la cámara réflex para la creación fotográfica de imágenes para campañas de comunicación visual
- Elaborar manuales de Imagen personal
- Elaborar manuales de Marca personal y Corporativa
- Diseñar cápsulas de guardarropa en factor de los estilos personales
- Aplicar el software computacional para el desarrollo de productos multimedia

FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA CURRICULAR

La consultoría en Imagen es actividad profesional relativamente joven que desde la década de los 90's ha cobrado importancia en el ámbito empresarial y personal-profesional de la sociedad, y cuyo objetivo es el estudio de los estímulos que emanan de las personas y organizaciones a partir de los rasgos de identidad y el efecto que produce al interactuar en las diferentes esferas sociales.



Derivado de las necesidades que se presentan en la esfera educativa, política, cultural, entre otras, se vuelve esencial el comprender todos aquellos aspectos que dotan de identidad e imagen tanto a las personas como a las organizaciones, en consecuencia, la generación de estímulos permita lograr congruencia entre los aspectos internos y su manifestación con el exterior.

Es evidente que en la actualidad el modelo de formación profesional en cuanto a consultoría de imagen se refiere, se encuentra en la etapa de desarrollo emergente, situación que se convierte en un área de oportunidad para generar en primer lugar, el conocimiento teórico metodológico que sustente la disciplina y en segundo término, el desarrollo de más y mejores competencias en los futuros profesionistas.

A razón de lo anterior la Licenciatura en Gestión Estratégica de Imagen, comprometida con la generación y divulgación del conocimiento, estructura las asignaturas que conforman el plan curricular bajo los siguientes núcleos formativos:

- Investigación y líneas de conocimiento.
- Gestión estratégica de proyectos de Imagen
- Proyectos prácticos de Imagen

El profesional egresado de la licenciatura en Gestión Estratégica de Imagen recibirá una formación disciplinar bajo un modelo de vanguardia que le permita atender necesidades de individuos y organizaciones y brindar soluciones estratégicas en factor de las siguientes áreas de conocimiento:

- Filosofía
- Psicología
- Comunicación
- Imagen Organizacional
- Diseño, Publicidad y Marketing

Filosofía

El enfoque filosófico determina las cualidades del individuo en cuanto a su esencia, establecida desde el estudio del ser y del estar, fundamentando los conocimientos filosóficos en el estado del ser y la inmanencia del tiempo como propósito de la existencia misma. Lo anterior es la base para entender el comportamiento y por lo tanto generar una postura ética y moral en la que se desarrollan modelos ónticos y deónticos cuyas derivaciones prácticas en los modelos de protocolos, leyes, reglas y lo que encierra el término de civilidad. Así mismo, se analizan los criterios de objetividad y subjetividad dentro de los marcos de estudio y las cualidades teórico-metodológicas de los procesos del pensamiento y estado del arte de la Imagen. Las estrategias del pensamiento crítico determinarán los vínculos entre la realidad de una esencia y su proyección como objeto de conocimiento.

Psicología

La práctica profesional actual de la Imagen conlleva a entenderla como una disciplina que tiene su base en el conocimiento de las cualidades que dotan de identidad a un ente, entendiéndose éste último como aquella entidad personal u organizacional que tiene una esencia y por lo tanto una cualidad estructural tanto de pensamiento y comportamiento, como física en cuyos elementos intangibles como el temperamento, el carácter, la personalidad y estilo personal se asocian con cualidades materiales como la antropometría, el somatotipo y las características cromáticas, dando como resultado un binomio de la relación armónica de lo interno y externo, que define y diferencia al personaje. Esta misma relación se puede encontrar dentro de una organización, logrando el efecto antes mencionado. Las estrategias de identidad son, por tanto, el desarrollo del comportamiento y los mensajes que permiten reconocer una identidad.

Comunicación

El ser humano por naturaleza busca la forma de relacionarse con otros seres a través del Lenguaje que se constituye de los procesos de transferencia de signos cargados de información, mismos que pueden ser verbales, y corporales. Estos sistemas forman los dos tipos de lenguajes que le permiten al ser humano la manifestación de ideas, pensamientos, emociones y sentimientos: el Lenguaje Verbal y el Lenguaje No Verbal. En el ámbito individual transforma los pensamientos en acciones que establecen las interacciones y relaciones con los miembros de una sociedad, cuyos mensajes permiten la convivencia. En el ámbito organizacional, la comunicación es fundamental para comprender la manera en que fluye la información de manera ascendente, descendente, transversal, dinámica e integradora, entre los miembros de la organización, también regula los mensajes que se envían a otras audiencias mediante diversos canales, por lo que las estrategias de comunicación son primordiales en el entendimiento de la construcción de mensajes y discursos coherentes.



Imagen organizacional

En la actualidad es de suma importancia conocer los rasgos generales que definen a las organizaciones, desde su esencia, su misión, visión y filosofía, sus procesos, políticas de calidad, atención en el servicio y como todos estos factores contribuyen en crear una identidad de la organización y su cultura, misma que establece vínculos entre sus miembros y sus públicos además de la memorabilidad que genera en cada uno de ellos. Dentro de una organización, la planeación estratégica es la piedra angular para definir el rumbo que habrán de seguir los miembros de la misma. Es la manera en que se conocen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que servirán como base para el desarrollo de estrategias que coadyuven al logro de objetivos de la organización.

Diseño, Publicidad y Marketing

La Imagen no sólo se encuentra ligada al individuo y a las organizaciones, también influye en el producto y el servicio como motores económicos, por lo que el Diseño como disciplina y actividad profesional que permite generar las estrategias de conceptualización, desarrollo y reproducción de una idea en un objeto tangible que establece la concordancia con la proyección de la esencia del objeto en sí. Aunado a este proceso de producción-reproducción, la Publicidad y la Mercadotecnia o más conocida como Marketing, son actividades que permiten la difusión y la distribución estratégica tanto de la información como de los objetos-productos y servicios que fundamentan una actividad económica y los hace llegar eficientemente al mercado idóneo. Por lo tanto, el concepto de Marca estará presente como estrategia principal de imagen tanto en el Diseño, como en la Publicidad y el Marketing para establecer su proceso de diferenciación y por ende desarrollar una selección como acción reactiva. Las Marcas diferenciadas necesitan vincularse con sus públicos objetivos. Determinando una planeación estratégica eficiente se logrará que los diseños publicitarios innovadores perfectamente segmentados, alcancen a espectadores de distintas generaciones, de manera inmediata y omnipresente. Esta es la manera en que la organización se mantiene en permanente comunicación con sus usuarios, conoce sus necesidades y satisface sus demandas.