

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA					
DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA					
TITULACIÓN: LEINN-Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación					
NOMBRE: GESTION DE LA MARCA II					
TIPO	Formación básica		Obligatoria	X	Optativa
CRÉDITOS TOTALES (ECTS): 3 ECTS					
CURSO : 3º			CUATRIMESTRE: 2º		
AREA DE CONOCIMIENTO: Empresa					
MÓDULO: La innovación en red como motor de creación de valor					
MATERIA: Gestión de la marca					
IDIOMA: Inglés					
DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA					
<p>1. OBJETIVO Nuestro objetivo en Mondragon Team Academy es crear relaciones de largo plazo con nuestros clientes y co-crear con nuestros clientes. Construimos el ambiente en el que queremos trabajar.</p>					
<p>2. CONOCIMIENTOS PREVIOS Se deberá haber cursado Gestión de la marca I</p>					
<p>3. COMPETENCIAS</p> <p>3.1 Competencias específicas</p> <p>-El/la teampreneur conoce las herramientas y métodos básicos de creación de imágenes en marketing y sabe cómo presentarlos a los clientes.</p> <p>-El/la teampreneur tiene los conocimientos básicos para crear y gestionar una marca. Sabe cómo crear una marca para un producto, un servicio o una organización.</p> <p>-El/la teampreneur sabe desarrollar sistemáticamente una marca con la ayuda del equipo de liderazgo de la team coop y los proyectos en desarrollo. Sabe valorar el efecto de su marca.</p>					
<p>4. METODOLOGÍA:</p> <p>La metodología que emplearemos para abordar el curso se basa en las siguientes herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo - Realización de proyectos internos de la team company - Realización de proyectos con empresas reales - Lectura de libros y redacción de informes individuales - Asunción de posiciones de liderazgo en equipo y en proyectos - Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes - Tutoría grupal o individual y evaluación 					

5. TEMARIO

- ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA EMPRESA
- LA MARCA Y LAS SUBMARCAS DE LA EMPRESA
- PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA
- PRODUCCIONES Y VISIONES

6. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

- Corporate Religion, Jesper Kunde and B.J. Cunningham (2002)
- Brand Leadership, David A. Aaker (2002)
- Brand digital, Adamson (2008)
- The global brand, Hollins (2010)

* Los teampreneurs cuentan con la lista de libros (The art of Reading 2016/2017) de Mondragon Team Academy

7. EVALUACIÓN

Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias se evaluarán atendiendo a las competencias con indicadores específicos asignados que permitirán:

- Evaluar y acreditar el cumplimiento de los objetivos mínimos en cada asignatura a nivel de equipo. Esta valoración corresponderá como máximo al 70% de la nota final individual del alumno.
- Evaluar el desempeño específico del alumno en asignatura específica gracias a un proceso de evaluación 360º que se lleva a cabo semestralmente. Esta evaluación incorpora el input del resto de compañeros de la empresa (team company), sus clientes, profesores docentes y el tutor de la empresa (team company). Esta valoración corresponderá como mínimo a un 30% de la nota final individual.

Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso:

1. Gestionamos y utilizamos activamente la marca de nuestra empresa y la de Mondragon Team Academy en nuestras relaciones exteriores con clientes.
2. Todos los materiales de marketing de nuestro equipo apoya la marca de Mondragon Team Academy, coexistiendo con la marca e imagen propia de nuestra team coop.
3. Se ha celebrado una sesión de diálogo donde se ha trabajado en torno a algunos de los siguientes libros o de temas similares: "Brand digital" de Adamson o "The global Brand" de Hollins.
