

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA,  
CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS

# IDENTIDAD CORPORATIVA CARRERA DE SOCIOLOGÍA



REALIZADO POR:

MSG. JOSÉ LUIS DOMINGUEZ CAIZA

DOCENTE

DR. ÁNGEL NARANJO ESTRADA

DECANO



## INTRODUCCIÓN

La identidad corporativa se ha constituido como un factor sumamente importante para la carrera de Sociología perteneciente a la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, carrera que actualmente no cuenta ni con una identidad ni con una imagen corporativa; lo cual le ha dificultado el reconocimiento en el ámbito de la educación superior a nivel regional y nacional; es por esta razón que el objetivo es proponer al Consejo Directivo de la Facultad la aprobación de la identidad corporativa que le permitirá identificarse e implementar una cultura organizacional, aspectos que cada vez son más relevantes en una organización de educación superior. Todo lo anterior se logrará haciendo un trabajo en conjunto con actores; es decir, planteándose varias opciones para su imagen y para su identidad, todo con el fin de encontrar y plasmar lo que la carrera quiere proyectar a sus docentes, estudiantes y usuarios en general.

Para llevar a cabo el presente trabajo se empezó con la descripción de la situación problemática anteriormente mencionada, seguido de la intervención que se realizó en la carrera lo cual conllevó a investigar y conocer sobre las generalidades de la misma; es decir, qué es la carrera, quienes conforman la carrera y cómo surgió. Después, de conocer la actividad y las generalidades de ella, se continuó con los fines que el proyecto tiene para con la carrera; posteriormente se realizó todo lo referente a la fundamentación teórica que el proyecto necesitó para llevarse a cabo y por consiguiente se investigó sobre dos temas centrales: la identidad corporativa y la imagen corporativa. Todo lo anterior se realizó con el fin de brindarle al proyecto de construcción bases sólidas para poder llevarlo a cabo con éxito.

## LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

La Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas es uno de los pilares académicos de la Universidad Estatal de Bolívar, por su trayectoria, contribución a la sociedad y aportes profesionales. Esta se encuentra ubicada al norte de la ciudad en el Campus Universitario: "Alpachaca" Av. Ernesto Che Guevara s/n y Av. Gabriel Secaira Km 3 ½ Vía Ambato., perteneciente a la parroquia Guanujo, ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar, con influencia principalmente en la población de los siete cantones de la provincia de Bolívar, así como también de las provincias de la Zona 5.



Imagen Obtenida de:

<https://www.google.com/maps/place/Universidad+Estatal+de+Bol%C3%A9var/@-1.5709553,-79.0076584,362m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x0:0x1ce14b998d6b7583!8m2!3d-1.5711162!4d-79.0072775!5m1!1e4>

#### ANTECEDENTES:

El 20 de junio de 1989 mediante decreto N° 32 el Honorable Congreso Nacional aprobó la creación de la Universidad Estatal de Bolívar, trámite que pasó inmediatamente según las normas vigentes, el Presidente Constitucional de la República del Ecuador de aquel entonces Dr. Rodrigo Borja Cevallos, para que suscriba el ejecútese el 29 de junio del mismo año y la publicación en el Registro Oficial N° 225, el 4 de julio de 1989.

Al adquirir la Universidad Estatal de Bolívar su personería jurídica, inició la etapa de organización interna y la estructuración de propuestas académicas para la formación de profesionales en diversas carreras en las Facultades de Ciencias Administrativas, Educación, Salud y Agropecuarias; posteriormente el 12 de junio del 2002 se crea formalmente la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, como parte de la Universidad Estatal de Bolívar.

La carrera de Sociología se crea en el año 2010 en la Facultad de Jurisprudencia Ciencias Sociales y Políticas y en la Extensión Universitaria de San Miguel, las dos instancias pertenecientes a la Universidad Estatal

de Bolívar, estableciendo como objetivo la formación de profesionales que estudien e interpreten los procesos sociales globales y contextuales, en todas sus dimensiones, pero también comprendan los impactos e influencias de la vida social en los sujetos y de estos en las estructuras y relaciones de la sociedad concreta, todo ello para aportar en la transformación hacia sociedades más justas y dignas, para cumplirlo se establecieron ocho ciclos de formación teórica, metodológica y práctica.

En el año 2017 la carrera es rediseñada para ajustarse a los respectivos indicadores de calidad de la educación superior y a su norma vigente.

Posteriormente sobre la base de la normativa del Reglamento de Régimen Académico 2020, el Consejo Universitario de la Universidad Estatal de Bolívar mediante resolución RCU-005-2021-047 de fecha 20 de abril de 2021, aprueba el nuevo Diseño Curricular de la Carrera de Sociología. El mismo que fue remitido para su aprobación al Consejo de Educación Superior (CES) que mediante resolución RPC-SO-28-No. 655-2021 de fecha 27 de octubre del 2021 se aprueba con vigencia de 10 años en la modalidad presencial con una duración de 8 ciclos.

Estableciendo como nuevo objetivo formar profesionales en Sociología, con capacidad crítica, teórica y metodológica para el abordaje descriptivo, práctico y analítico de la realidad social, con conciencia social, intercultural, de identidad colectiva, equidad e inclusión social, de integración con la naturaleza; lo cual le permitirá generar proyectos sociales de intervención, innovación científica y gestión sustentable que incidan y transformen la realidad socio-cultural, económica y política, bajo los valores de ética, responsabilidad, honestidad y excelencia académica a nivel nacional e internacional, con la constante vinculación de tecnologías de la información y la comunicación, ampliando y diversificando los escenarios de intervención sociológica.

## **LA IDENTIDAD CORPORATIVA Y EL IMPACTO CORPORATIVO**

La identidad corporativa es de gran importancia para una carrera y es la tarjeta de presentación ante los demás, es la forma en que se da a conocer en conjunto como un ente único, pero que refleja las características individuales de ésta, logrando asentar la motivación de los docentes y estudiantes sintiéndose identificados con la carrera, además, también proyecta una imagen de confianza a su público objetivo, estudiantes y comunidad en general; así mismo, es la que crea conciencia en los estudiantes de la relevancia que tiene la carrera, para obtener su reconocimiento en el área sociológica, investigación y vinculación, y lograr ser más eficiente en cuanto a todo lo que hace; es decir, comunicar o contar con una estrategia de comunicación tanto interna como externa en la cual entran a jugar una variedad de elementos tales como, el uso de símbolos y un factor comunicativo en todos los aspectos y en todas las

áreas, es decir la identidad corporativa es el ADN de la carrera plasmada en su misión y visión.

**La identidad corporativa es la percepción que los docentes, estudiantes y personal administrativo tienen de la carrera. Esta emplea dicha identidad para diferenciarse de las diferentes carreras de la universidad y disfrutar de una mejor posición en su entorno.**

Esta representación en el imaginario de la sociedad viene determinada por los valores, las acciones y las marcas características. Así, el concepto de identidad corporativa agrupa elementos físicos o tangibles (logotipos o melodías publicitarias) e intangibles (la filosofía de empresa o la metodología de trabajo).

Con las nuevas metodologías de mercadotecnia y el rápido avance en el ámbito de las comunicaciones la Carrera de Sociología promueve cada vez más una identidad corporativa enfocada a dar a conocer su identidad a la comunidad universitaria y al mundo digital. Por ello, este concepto empresarial está en permanente desarrollo poniendo en marcha elaboradas estrategias de marketing.

Otros factores como el ejercicio de las relaciones públicas y la responsabilidad social corporativa son importantes a la hora de conformar una identidad corporativa fuerte y beneficiosa para la carrera, tanto en términos económicos como reputacionales. Esto incluye la relación con otras carreras a nivel interno y externo, con instituciones públicas y privadas y con los medios de comunicación.

Una identidad corporativa bien llevada a cabo puede incluso traspasar fronteras y llegar al público hasta tal punto que este tome a la marca o la carrera como un modo de vida, alcanzando un nivel de identificación por encima de la relación carrera-estudiante.

#### **OBJETIVO GENERAL:**

Diseñar una identidad corporativa que se constituya en un respaldo para la Carrera de Sociología, que sea identificada y se promueva ante las demás carreras de la Universidad Estatal de Bolívar.

#### **Objetivos Específicos:**

- Diseñar la Identidad Corporativa que incluya los soportes, elementos gráficos, digitales y materiales de identificación visual para la carrera.
- Lograr posicionar a la Carrera de Sociología en los estudiantes con miras de una potencial reducción del nivel de deserción en la carrera.

- Lograr posicionarnos en la mente de los futuros bachilleres para que la carrera de Sociología de la Universidad estatal de Bolívar sea una de sus primeras opciones de estudio.

## JUSTIFICACIÓN

Toda organización precisa tener un distintivo propio, es decir, necesita tener características que la diferencien y que permitan reconocerla y diferenciarla de las demás, particularidades específicas de cada organización, pero sin embargo se debe tener en cuenta la identidad visual corporativa de la institución, configuran su identificación corporativa, la cual se compone de cualidades principales:

Los elementos visuales que conforman la imagen y permiten identificar a la carrera desde su entorno y, por otro lado, los aspectos culturales que aportan los elementos profundos de la ley, filosofía, creencias y valores de la carrera, es decir que la identidad de una carrera u organización se concibe como la manifestación en forma codificada, de todo lo que la carrera de Sociología es.

*Joan Costa (2001) establece una distinción entre la imagen visual, es decir, la de componente físico, y la imagen mental, que es aquella presente en la memoria de cada persona y que solo es imaginada por cada uno de forma subjetiva, esto dependerá de sus valores, estilos de vida, motivaciones, expectativas, experiencias personales y preferencias individuales. Por lo tanto, la imagen de la empresa es la imagen que está en la mente de las personas y por ser una imagen psicosociológica, y no una cosa o un objeto, la carrera u organización solo puede gestionarla indirectamente, por medio del significado de sus acciones y estrategias de comunicación*

*Según Christensen y Askegaard, (2001: 305), el signo o símbolo hace referencia a un objeto que es "la organización, su personalidad tal y como realmente es". Para estos autores, uno de los mayores problemas con los que se encuentra la investigación en identidad e imagen corporativas, sobre todo en el área de marketing, es la tendencia a considerar la identidad y la imagen como realidades objetivas, casi como realidades naturales, existentes con independencia del sujeto, y no como construcciones sociales (significados)*

**CARRERA DE SOCIOLOGÍA LOGOTIPO**

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA



ICONOGRAFÍA

**LIBRO**, hace referencia al camino de la sabiduría a través de la investigación y el conocimiento.

**LA CINTA DE MOEBIUS**, La banda o cinta de Moebius es uno de esos objetos geométricos que rozan la magia. Así, **simboliza la naturaleza cíclica de muchos procesos, la eternidad, el infinito** presente ya en la iconografía alquimista como la serpiente mordiendo su cola.

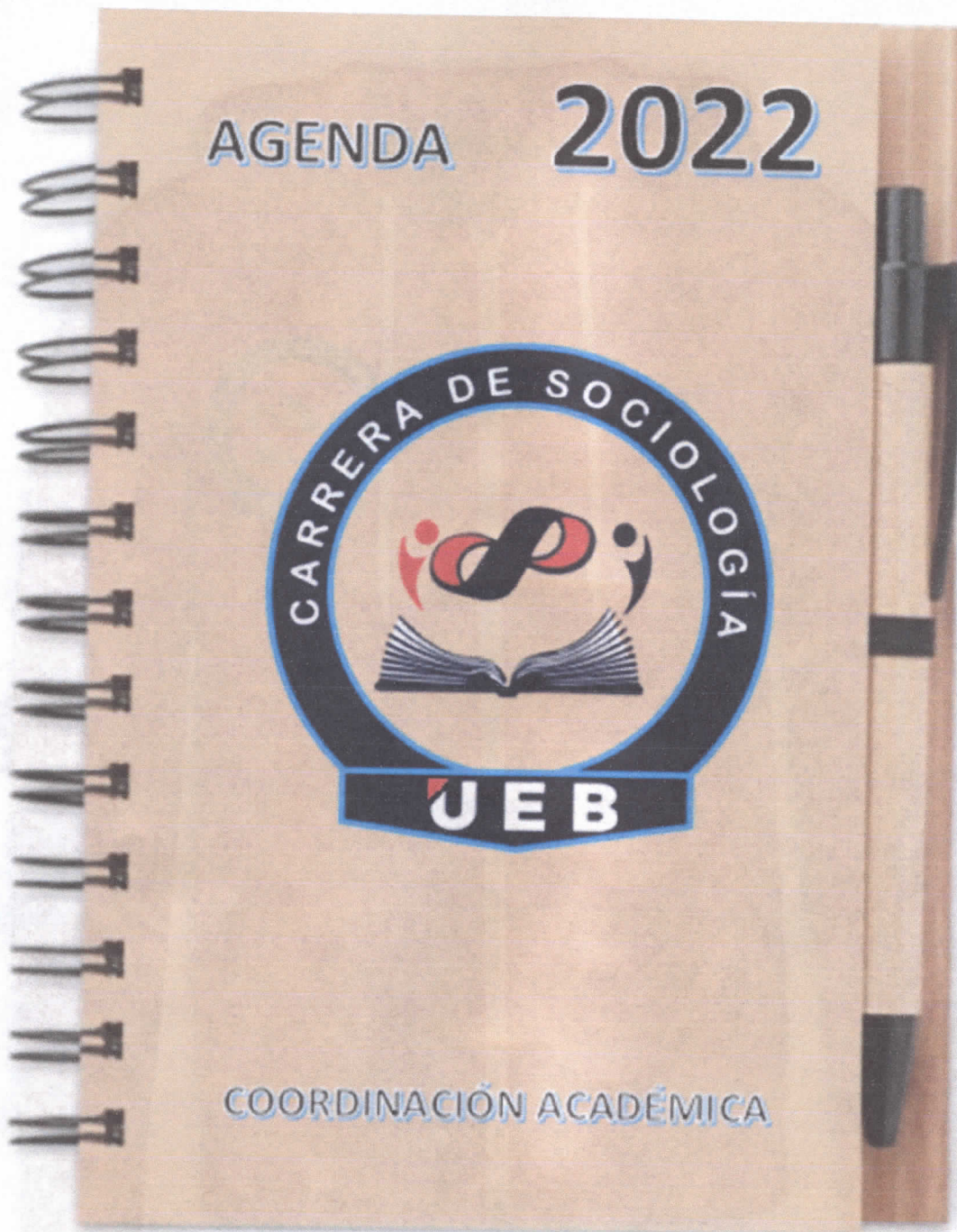
**LA SOCIEDAD**, es la construcción humana a través de la cual se desarrolla la humanidad

## APLICATIVOS DE LA MARCA

## JARROS DECORATIVIVOS



## AGENDA ESCOLAR



## CHOMPA



**MARCA DE AGUA**



**ETIQUETAS PARA DOCUMENTOS OFICIALES**



**CARRERA DE  
SOCIOLOGÍA**



ELABORADO POR:	APROBADO POR:
<b>DR. ÁNGEL NARANJO ESTRADA DECANO</b>	<b>DR. ÁNGEL NARANJO ESTRADA DECANO</b>

**DISPOSICIÓN FINAL**

**ÚNICA.** la presente Identidad Corporativa de la Carrera de Sociología de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Estatal de Bolívar, entrará en vigencia a partir de la aprobación en Consejo Universitario.

SECRETARÍA GENERAL  
**CERTIFICA:**

**QUE,** la Identidad Corporativa de la Carrera de Sociología de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Estatal de Bolívar, fue analizado, discutido y aprobado por Consejo Universitario en Sesión Ordinaria 007-2022, de fecha 5 de julio del 2022.



ABG. MÓNICA LEÓN GONZÁLEZ  
**SECRETARIA GENERAL**




DR. ARTURO ROJAS SÁNCHEZ  
**RECTOR**



Publíquese a través de los diferentes medios de comunicación la **IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA CARRERA DE SOCIOLOGÍA DE LA FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

Guaranda 5 de julio, 2022