

Seminario II de investigación 2020/21

## Reputación corporativa, lovemarks y User Experience (UX)

Dr. Luis Miguel Romero Rodríguez

### CONTENIDOS

- La reputación: definiciones y conceptos. Diferencia teórica con otros activos intangibles.
- La reputación como activo comunicacional y comportamental.
- La comunicación interna como base fundacional de la reputación.
- Valor emocional y económico-bursátil de la reputación.
- Lovemarks y lovebrands: llevando la reputación a su máximo valor límbico.
- Marcas que cuentan historias: *storytelling* emocional y fidelidad corporativa.
- *User experience*: El comportamiento y la reputación.

### PERFIL

Alumnos de grado y máster, así como profesores interesados en el tema.

### ACCESO Y FECHAS

- Día 13 de enero 2021
- Horario: 11:00 a 12:30 horas
- Modalidad: online
- Acceso al aula: <https://eu.bbcollab.com/guest/5b3f9ce373fa423892028ecab651cdda>
- Inscripción: <https://forms.gle/MA1wjWSCxp53cd1c9>

### PONENTE

Profesor: **Luis M. Romero-Rodríguez** es profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Universidad Rey Juan Carlos. Imparte clases en las asignaturas  
Más información: <http://www.romero-rodriguez.com/>