

## SISTEMAS Y FORMAS DE COMUNICACION EMPRESARIAL

### TEMA 1

La Empresa. La Política de Comunicación Empresarial. La Estrategias de Comunicación de la Empresa.

### TEMA 2

La Comunicación Interna de la Empresa: concepto, objetivos y medios.

### TEMA 3

Procedimientos y formas de la Comunicación Interna.  
La Formación en la Empresa.

### TEMA 4

La Comunicación Externa de la Empresa: concepto, objetivos, medios y tipología.

### TEMA 5

La Comunicación Visual: concepto.  
La Identidad Gráfica.  
El Diseño Industrial.  
El Embalaje (Packaging).  
El Diseño Ambiental.

### TEMA 6

La Comunicación Audiovisual.

### TEMA 7

La Comunicación Profesional entre Empresas (B to B).

### TEMA 8

La Comunicación Económico-Financiera.

TEMA 9

La Comunicación Publicitaria.

TEMA 10

La Comunicación Directa y el Marketing Directo.

TEMA 11

El Mecenazgo y el Patrocinio.

TEMA 12

La Comunicación a los Comunicadores.

TEMA 13

La Comunicación en situaciones de crisis.

TEMA 14

La Comunicación de la Promoción.

## BIBLIOGRAFIA

CORREDOIRA Y ALFONSO, Loreto. - El Patrocinio.  
Su regimen jurídico en España y en la C.E.E.  
Bosch, Casa Editorial  
Barcelona, 1.991.

El Contrato de Esponsorización Deportiva.  
Estudio sobre el regimen jurídico del patrocinio publicitario,  
doctrina, legislación y formulación.  
Editorial Aranzadi  
Pamplona, 1.992.

DAIGNE, J,F, - Menagement en periode de crise.  
Aspects strategiques, financiers et sociaux.,  
Les Editions d'Organization.

DUPUY, E. - DEVERS, T. - RAYNAUD, I. - La Comunicación Interna.  
Les Editions d'Organization.  
Paris, 1.988.

GARMENDIA, J.A. - Desarrollo de la organización y cultura de la  
empresa.  
ESIC  
Madrid, 1.988.

MATHE, J.CH. - Les Doctrines Stratégiques d'Enterprise.  
RIVET, a.  
Les Editions d'Organization.  
Paris, 1.992.

PARES I MAICAS, M. Mecentge, Patrocini i Comunicació.  
Colección Comunicación y Relaciones Públicas  
ESRP - PPU  
Barcelona, 1.991

PÜMPLIN, C. - Cultura Empresarial.  
GARCIA ECHEVERRIA, S.  
Ediciones Díaz Santos, S.A.  
Madrid, 1.988.

SCHWEBIG, P. - Les Communications de l'Enterprise.  
Mac Graw Hill  
1.988.

SZYBOWICZ, A. - Esponsorización y Mecenazgo  
MAGISTRALI, S  
Ediciones Gestión 2000 S.A.  
Barcelona, 1.990.

WESTPHALEN, M.H. - La Dirección de Comunicación.  
Ediciones del Prado.  
Madrid, 1.993.

### OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

La comunicación empresarial es hoy tan compleja y rica que cuando hablamos de producción social de comunicación nos estamos refiriendo, consciente o inadvertidamente, pero de forma preferente, a la comunicación que generan las empresas e instituciones, pues la construcción de su identidad y su gestión social se constituyen actualmente en motores principales de la comunicación.

En el variado repertorio de sistemas y formas comunicativas que es hoy, entre otras cosas, cualquier institución o empresa, la publicidad es solamente una parte, una pequeña parte interna y externa, en muchas ocasiones,

Pues bien, al análisis de esas múltiples formas de comunicación empresarial se dedica el contenido esencial de esta asignatura, orientada a proporcionar a los alumnos los conocimientos necesarios para que puedan contribuir a la fijación de estrategias globales de comunicación empresarial, a valorar las políticas comunicativas de sus clientes y a cuestionar la importancia de cada elemento de su mix de comunicación.

### EVALUACION

El contenido de esta materia aconseja una metodología de evaluación que atienda, por un lado, a valorar los conocimientos adquiridos por los alumnos mediante el estudio del contenido de las explicaciones de clase y, por otro lado, a los trabajos de recensión bibliográfica y de análisis de casos que deberán desarrollar a lo largo del curso, de forma individual o por equipos de trabajo, sobre las diferentes formas de comunicación comprendidas en el programa.

La evaluación de los conocimientos adquiridos se hará mediante test y exámenes parciales.