

Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques

Curs: 1995/96

Assignatura: Gestió de Comunicació en l'Empresa Pública i Privada

4t curs, 2n semestre

Codi: 20715 (OP). 10 crèdits (6 + 4)

Professor: Juan Antonio Chiva Planas

Contingut

Teoria i pràctica de la gestió de les àrees funcionals de la comunicació en l'empresa pública i privada.

Objectius

Primera part: dotar l'alumne/a dels coneixements bàsics de la gestió d'empreses.

Segona part: facilitar a l'estudiant una visió eminentment pràctica dels diferents àmbits d'aplicació de la funció de comunicació en les empreses i les organitzacions.

Tercera part: gestionar amb rigor i professionalitat les etapes que cal seguir (anàlisi, planificació, execució i control) en la posada en pràctica de la comunicació empresarial.

Programa

1a part: Fonaments de la gestió d'empreses

1. El paper de l'empresa en societat
 - 1.1 Empresa i societat
 - 1.2 Empresa i activitat econòmica
 - 1.3 Funcions de l'empresa
 - 1.4 Empresa i direcció
 - 1.5 Naturalesa i responsabilitat social de l'empresa
 - 1.6 Balanç social de l'empresa
 - 1.7 Empreses públiques i privades
2. L'empresa com a sistema
 - 2.1 L'estructura orgànica en l'empresa
 - 2.2 L'empresa com a estructura i organització
 - 2.3 L'estructura funcional en l'empresa
 - 2.4 L'estructura directiva
 - 2.5 Els sistemes de direcció i gestió
 - 2.6 Els sistemes de planificació i control
 - 2.7 Els sistemes d'informació i comunicació
3. L'entorn empresarial
 - 3.1 Consideracions generals i concepte d'entorn
 - 3.2 Dimensions i factors de l'entorn
 - 3.3 Tipologies de l'entorn empresarial

- 3.4 Elements característics de l'entorn empresarial
- 3.5 Tècniques analítiques de l'entorn
- 3.6 Diagnòstic de l'entorn competitiu
- 4. Els objectius de les empreses i les organitzacions
 - 4.1 Objectius de les organitzacions i les empreses públiques
 - 4.2 Objectius de les empreses privades
 - 4.3 Tipologies d'objectius
 - 4.4 La direcció per objectius
 - 4.5 Mesurament d'objectius empresarials
- 5. La direcció estratègica
 - 5.1 Concepte i importància de la direcció estratègica
 - 5.2 Nivells estratègics i àmbits d'aplicació
 - 5.3 L'anàlisi estratègica
 - 5.4 La planificació estratègica
 - 5.5 Formulació d'estratègies
 - 5.6 Tipologies d'estratègies
 - 5.7 El control estratègic

2a part: La comunicació en les empreses i les organitzacions

- 6. La importància estratègica de la comunicació
 - 6.1 El marc de referència: entorn empresarial específic
 - 6.2 Tècniques d'anàlisi sectorial
 - 6.3 Tècniques d'anàlisi competitiva
 - 6.4 Tècniques d'anàlisi prospectiva
 - 6.5 Formulació estratègica de la comunicació empresarial
- 7. La cultura comunicativa en les empreses
 - 7.1 Concepte de cultura empresarial
 - 7.2 La cultura i la comunicació
 - 7.3 Tipologies comunicatives en l'empresa
 - 7.4 Les comunicacions internes i el seu *mix*
 - 7.5 Comunicació, autoritat i lideratge
 - 7.6 Procés i mètodes de comunicació interna
- 8. Les comunicacions externes
 - 8.1 La comunicació corporativa
 - 8.2 Identitat i imatge corporativa
 - 8.3 Processos i metodologia d'aplicació
 - 8.4 Els equips multidisciplinars
 - 8.5 Àmbits d'actuació
 - 8.6 L'empresa pública i les seves particularitats
 - 8.7 L'empresa privada i els seus condicionants
- 9. La comunicació comercial
 - 9.1 Funció comercial en l'empresa
 - 9.2 Concepte i importància del màrqueting *mix*
 - 9.3 *Mix* d'impulsió empresarial
 - 9.4 Publicitat comercial
 - 9.5 Promoció comercial
 - 9.6 Patrocini i mecenatge comercial
 - 9.7 Esponsorització comercial

- 9.8 Bases de dades comercials
- 9.9 Noves tecnologies i aplicabilitat a la comunicació comercial
- 3a part: La gestió de les comunicacions empresarials

- 10. L'auditoria de la comunicació
 - 10.1 Concepte d'auditoria
 - 10.2 Nivells de desenvolupament
 - 10.3 Àrees d'anàlisi
 - 10.4 Metodologia de l'auditoria
 - 10.5 Àmbits d'aplicació
 - 10.6 Consideracions pràctiques d'aplicació
- 11. La planificació de les comunicacions
 - 11.1 Estratègia empresarial, objectius empresarials i estratègia comunicativa i objectius de comunicació
 - 11.2 Àrees funcionals implicades
 - 11.3 Director de comunicació en l'empresa
 - 11.4 Organització multidisciplinar i departamental
 - 11.5 El pla de comunicació comercial
 - 11.6 El pressupost de comunicació
 - 11.7 Sistemes de planificació interns
 - 11.8 Sistemes de planificació externs
 - 11.9 Planificació en empreses públiques
 - 11.10 Planificació en empreses privades
- 12. Execució i control de comunicacions
 - 12.1 Àmbits interns i externs
 - 12.2 Responsables interns
 - 12.3 Proveïdors i intermediaris externs
 - 12.4 El briefing de comunicació
 - 12.5 Processos i variants d'execució
 - 12.6 Descripció de tasques
 - 12.7 Calendaris
 - 12.8 Les tasques de control: general, específiques i pressupostari
 - 12.9 Quadres de control de gestió
 - 12.10 Tècniques de control de gestió
 - 12.11 Conseqüències del control de gestió de les comunicacions
- 13. Gestió de comunicacions especials
 - 13.1 Comunicacions *business to business*
 - 13.2 Comunicacions de crisi
 - 13.3 Comunicacions financeres
 - 13.4 Comunicacions internacionals
 - 13.5 Comunicacions electròniques
 - 13.6 Gestió de les relacions amb els mitjans de comunicació de massa
- 14. Aspectes econòmics financers de la comunicació
 - 14.1 Estructura econòmica de l'empresa
 - 14.2 Estructura financera de l'empresa
 - 14.3 El balanç empresarial
 - 14.4 El compte d'explotació
 - 14.5 Partides pressupostàries i la seva comptabilització
 - 14.6 Les *ratios* de gestió

14.7 Anàlisi i valoració econòmico-financera dels resultats

14.8 L'informe de gestió i la seva aprovació

Metodologia

- Classes actives en què el professor aporta la base conceptual i metodològica sobre la qual cal fonamentar el coneixement imprescindible del temari.
- Estudi i discussió de casos, preferentment coneguts o viscuts pel professor, que serviran per a les classes pràctiques.
- Classes pràctiques en què es desenvoluparan els aspectes pràctics de gestió en diferents tipus d'organitzacions i empreses amb diferents problemàtiques.

Avaluació

L'avaluació serà doble:

- Examen final escrit teòrico-pràctic (90 minuts). S'ha de superar-ne les dues parts per a rebre la qualificació d'APTE.
- Treball pràctic voluntari sobre una empresa real que serà qualificat com a VÀLID/NO VÀLID. En el primer supòsit permetrà a l'alumne/a la qualificació de NOTABLE o EXCEL·LENT.

Per a l'obtenció de la qualificació de MATRÍCULA D'HONOR, serà necessari haver obtingut EXCEL·LENT en el treball pràctic i superar un examen oral davant del professor sobre tot el temari i l'hemerografia que es defineixi durant el curs.

Bibliografia

BUENO, E. *Dirección estratégica de la empresa*. Madrid: Pirámide, 1993.
KAY, J. *Fundamentos del éxito empresarial*. Barcelona: Ariel, 1994.
GRIMA, I.; TENA, J. *Análisis y formulación de la estrategia empresarial*. Barcelona: Ed. Hispano Europea, 1991.
STONER, J.; FRIMAN, E. *Management*. Londres: Prentice Hall International, 1992.
WELLES, W.; BURNETT, J.; MORIARTY, S. *Advertising*. Londres: Prentice Hall International, 1989.