

Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas**Curso 1998-99****Asignatura: Gestión de la Comunicación en l'Empresa Pública y Privada****4º Curso, 2º Semestre****Código: 20715 (OP). 10 créditos (6 + 4)****Profesor: Juan A. Chiva Planas**

Contenido: Teoría y Práctica de la Gestión de las Áreas Funcionales de la Comunicación en la Empresa Pública y Privada.

Objetivos: Dotar al alumno/a los conocimientos básicos de la Gestión de Empresa, tanto desde el punto conceptual más actualizado, como su correcta aplicabilidad en las diferentes situaciones posibles.

Programa:**1ª Parte : Fundamentos de la Gestión de Empresas****1. El papel de la Empresa en la Sociedad**

- 1.1 Empresa y Sociedad
- 1.2 Empresa y Actividad Económica
- 1.3 Funciones de la Empresa
- 1.5 Empresa, Empresario y Directivo.
- 1.6 Naturaleza y responsabilidad social de la Empresa.
- 1.7 Balance Social de la Empresa
- 1.8 Empresas Públicas y Privadas.

2. La Empresa como Sistema

- 2.1 La estructura orgánica de la Empresa
- 2.2 La Empresa como estructura y organización
- 2.3 La estructura funcional de la Empresa
- 2.4 La estructura humana y directiva
- 2.5 Los sistemas de Dirección y Gestión
- 2.6 Los sistemas de Planificación y Control
- 2.7 Los sistemas de Información y Comunicación.

3. El Entorno empresarial

- 3.1 Concepto de Entorno. Generalidades
- 3.2 Dimensiones y Factores del Entorno
- 3.3 Tipologías del entorno empresarial
- 3.4 Técnicas analíticas del Entorno
- 3.5 Diagnóstico del entorno competitivo



4. Los Objetivos de las Empresas y Organizaciones

- 4.1 Objetivos conceptos básicos**
- 4.2 Objetivos de las Organizaciones Públicas**
- 4.3 Objetivos de la Organizaciones Privadas**
- 4.4 Tipologías de objetivos**
- 4.5 La Dirección por Objetivos**
- 4.6 Medición de los objetivos empresariales**

5. La Dirección Estratégica

- 5.1 Concepto e importancia para la Empresa.**
- 5.2 Niveles estratégicos y ámbitos de aplicación**
- 5.3 El análisis estratégico**
- 5.4 La planificación estratégica**
- 5.5 Formulación de estrategias**
- 5.6 Tipologías de estrategias**
- 5.7 El control estratégico**

2ª Parte: La Gestión de las Comunicaciones Empresariales

6. La importancia estratégica de la Comunicación

- 6.1 El marco de referencia: entorno empresarial específico**
- 6.2 Técnicas de análisis sectorial**
- 6.3 Técnicas de análisis competitivo**
- 6.4 Técnicas de análisis prospectivo**
- 6.5 Formulación estratégica de la comunicación empresarial**

7. La Cultura comunicativa en las Empresas Públicas y Privadas

- 7.1 Concepto de Cultura Empresarial**
- 7.2 La Cultura y la Comunicación**
- 7.3 Tipologías comunicativas en la Empresa**
- 7.5 Comunicación. Autoridad y Liderazgo**

8. La Auditoría de la Comunicación(Públicas y Privadas)

- 8.1 Concepto de Auditoría**
- 8.2 Niveles y desarrollo**
- 8.3 Areas de análisis**
- 8.4 Metodología de la Auditoría**
- 8.5 Ambitos de aplicación y control**

9. La Planificación de las Comunicaciones(Públicas y Privadas)

- 9.1 Estrategia y objetivos empresariales vs Estrategia y objetivos comunicativos**
- 9.2 Areas funcionales implicadas**
- 9.3 Organización multidisciplinar y departamental**
- 9.4 Director de Comunicación en las Empresas**
- 9.5 El Plan general de Comunicación empresarial**
- 9.6 El presupuesto de Comunicación**
- 9.7 Sistemas de planificación internos y externos**
- 9.8 Planificación en Empresas Públicas**
- 9.9 Planificación en Empresas Privadas**

10. Ejecución y Control de las Planificaciones (Públicas y Privadas)

- 10.1 Ambitos internos y externos**
- 10.2 Responsables y niveles de ejecución y control**
- 10.3 Proveedores e intermediarios**
- 10.4 Variantes y procesos de ejecución y control**
- 10.5 Calendarios y tareas.Gestión del Tiempo e imprevistos**
- 10.6 El Control de Gestión.Fundamentos**
- 10.7 El Control de Gestión: General y Específico**
- 10.8 El Control Presupuestario**
- 10.9 Los Cuadros de Mando de Control**
- 10.10 Técnicas de análisis y valorativas de la Ejecución y el Control**

11. Fundamentos de Gestión Económica-Financiera

- 11.1 Estructura Económica de las Empresas Públicas y Privadas**
- 11.2 Estructura Financiera de las Empresas Públicas y Privadas**
- 11.3 El Balance Empresarial**
- 11.4 La Cuenta de Resultados y de Explotacion**
- 11.5 Partidas presupuestarias previsionales y finales**
- 11.6 Los Ratios de Gestión**
- 11.7 Análisis y valoración económico-financiero de los resultados**
- 11.8 El informe de Gestión y su aprobación**

Bibliografía:

- BUENO,E. *Dirección Estratégica de la Empresa.* Madrid: E.Pirámide 1993**
KAY,J. *Fundamentos del Exito Empresarial.* Barcelona: E. Ariel 1994
GRIMA,I;TENA,J. *Análisis y Formulación de la Estrategia Empresarial.* Barcelona:E.Hispano Europea 1991
STONER,J.;FRIMAN,E. *Management.* Londres: Prentice Hall International.

Metodología: Clases activas, sesiones teórico prácticas con participación de los alumnos.

Evaluación: Exámen final Teórico Práctico (90'). Se han de superar ambas partes para la obtención de APTO. Evaluación de la participación en el aula, a determinar con los alumnos. Trabajo voluntario de tema libre sobre el programa (2.5 puntos en la evaluación de la parte práctica).