

Codi:	20707
Assignatura:	Sistemes i formes de comunicació empresarial
Tipus d'assignatura:	Op
N. crèdits:	5
Professorat:	Francisco Gozalvez Serrano
Quatrimestre:	2

SISTEMAS Y FORMAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

TEMA 1

La Empresa. La política de Comunicación Empresarial. Las 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 de 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

Internet: posibilidades comunicativas de la red.

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

CORREIDORA Y ALFONSO, Loreto.—

EL PATROCINIO.

Su Régimen Jurídico en España y en la C.E.E.

Bosch, Casa Editorial

Barcelona, 1.991

EL CONTRATO DE ESPONSORIZACIÓN DEPORTIVA.-

Estudio sobre el Régimen Jurídico del Patrocinio Publicitario, Doctrina,
Legislación y Formulación.

Editorial Aranzadi

Pamplona, 1.992

DAIGNE, J. F.-

MENAGEMENT EN PERIODE DE CRISE.

ASPECTS ESTRATEGIQUE, FINANCIERS ET SOCIAUX.

Les Editions d'Organization.

DUPUY, E. -- DEVERS, T. -- RAYNAUD, I. --

LA COMUNICACIÓN INTERNA.

Les Editions d'Organization

París, 1.988

GARMENDIA, J. CH.

DESARROLLO DE LA ORGANIZACION Y CULTURA DE LA EMPRESA.

ESIC

Madrid, 1.988

MATHE, J. CH. -- RIVET, A.

LES DOCTRINES STRATÉGIQUES D'ENTERPRISE

LES EDITIONS D'ORGANIZATION

París, 1.992

PARES I MAICAS, M. --

MECENTGE, PATROCINI I COMUNICACIÓ.

Colección Comunicación y Relaciones Públicas.

ESRP -- PPU

Barcelona, 1.991

PÜMPLIN, C. – GARCIA ECHEVERRIA, S.
CULTURA EMPRESARIAL.
Ediciones Díaz de Santos, S.A.
Madrid, 1.988

SCHWEBIG, P. –
LES COMMUNICATIONS DE L'ENTREPRISE.
Mac Graw Hill
1.988.

SZYBOWICZ, A. -- MAGISTRALI, S. –
ESPONSORIZACIÓN Y MECENAZGO.
Ediciones Gestión 2000 S.A.
Barcelona, 1.990

WESTPHALEN, M. H. –
LA DIRECCION DE COMUNICACIÓN.
Ediciones del Prado
Madrid, 1.993

PRICEWATERHOUSE COOPERS
E-BUSINESS TECHNOLOGY FORECAST
Pricewaterhouse Coopers Technology Center
68 Willow Road
Menlo Park, California 94025
U.S.A. 1999

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 , 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.