

## Fitxa de l'assignatura.

### Identificació

1. Nom de l'assignatura : 20684 COMUNICACIO CORPORATIVA
2. Àrea: PUBLICITAT Titulació: PUBLICITAT
2. Tipus *Troncal x* *Obligatòria* *Optativa*
3. Crèdits (ECTS):5

### Descripció

Finalitats / propòsits de la formació : Les empreses tenen com finalitat evident el treure beneficis mitjançant l'adquisició dels productes i serveis que oferten al públic. Tanmateix no es aquesta la única relació que s'estableix entre la empresa i el públic. Cada cop més es valoren factors com la responsabilitat social, el respecte als valors col·lectius, el treballar en benefici del conjunt de la societat i , fins i tot, un cert altruisme. Davant d'aixó les empreses han desenvolupat una nova eina comunicativa, la comunicació corporativa, encarregada d'aquests aspectes i que vol potenciar la seva imatge social

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

1. tema1 Definició i característiques de la comunicació corporativa

2. tema2 Els lligams de la empresa: l'entorn i el públic

tema 3: Públic intern i comunicació corporativa: la cultura i el comportament

i tema 4: Públic extern i comunicació corporativa: de la identitat a la imatge

3. tema 5, La reputació empresarial com alternativa a la imatge

tema6, La responsabilitat social corporativa

tema 7 La comunicació de líder

i tema 8 La comunicació de crisi

2. Bibliografia comentada: Aquesta és una bibliografia bàsica sobre les diferents temàtiques de l'assignatura i que pretén servir d'iniciació a l'alumne

Capriotti, Paul *Planificación estratégica de la imagen corporativa* , Ariel, Barcelona, 1999

Costa, Joan *Comunicación corporativa y revolución de los servicios* Ciencias Sociales , Ariel, Madrid, 1995

Ind, Nicholas *La imagen corporativa*  
Ed Díaz de Santos , Madrid, 1992

Kapferer, Jean-Noel *La marca , capital de la empresa ( Principios y control de su gestión)* Ed. Deusto, Bilbao 1992

Piñuel, José Luís *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*

Ed. Síntesis, Madrid, 1997

Regouby, Christian La comunicación global

Ed. Gestión 2. 000 , Barcelona, 1989

Thévenet, Maurice Auditoria de la cultura empresarial Ed. Díaz de Santos, Madrid, 1992

Villafañe, Justo (ed) El estado de la publicidad y el corporate en España y América Latina: Informe Anual 2003. Pirámide, Madrid, 2003

Weill, Pascale "La comunicación global", Barcelona 1992

### 3. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
Comunicació oral i escrita	Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol medi Ser capaç de persuadir
Científic	Analitzar i sintetitzar la informació
Tecnològic	Posar a la pràctica els coneixements teòrics
Interpersonals	Dirigir i coordinar un treball
Valors morals	Adquirir un compromís ètic

### Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
1. El territori corporatiu	Tema1	Introducció a la comunicació corporativa i el seus principals conceptes
2. Públic i Comunicació interna i externa	Tema 2, Tema 3 i Tema 4	Valoració dels diferents públics i la forma que té una empresa de relacionar-se amb ells
3. Especialitats de la comunicació corporativa	Tema 5, Tema6 Tema 7 i Tema 8	Especialitzacions diverses de la comunicació corporativa: reputació, RSC, comunicació de líder i de crisi

