

Ficha de la asignatura.

Identificación

1. Nombre de la asignatura : 20684 COMUNICACIO CORPORATIVA
2. Área: PUBLICIDAD Titulación :PUBLICIDAD
3. Tipo: *Troncal* x *Obligatoria* *Optativa*
4. Créditos (ECTS):5

Descripción

Finalidades/propósitos de la formación: las empresas tienen como finalidad el obtener beneficios mediante la adquisición de los productos y servicios que ofertan al público. No obstante, esta no es la única relación que se establece entre la empresa y el público. Cada vez más se valoran factores como la responsabilidad social, el respeto a los valores colectivos, el trabajar en beneficio del conjunto de la sociedad e incluso un cierto altruismo. Ante esta situación, las empresas han desarrollado una nueva herramienta comunicativa, la comunicación corporativa, encargada de estos aspectos y que quiere potenciar su imagen social.

Bloques y Temas:

Bloque 1

-tema1 Definición i características de la comunicación corporativa

Bloque 2:

- tema2 Las relaciones de la empresa: el entorno i el público
- tema 3: Público interno y comunicación corporativa: la cultura y el comportamiento
- tema 4: Público externo y comunicación corporativa: de la identidad a la imagen

Bloque 3:

- tema 5, La reputación empresarial como alternativa a la imagen
- tema6, La responsabilidad social corporativa
- tema 7 La comunicación de líder
- tema 8 La comunicación de crisis

Bibliografía comentada: Esta es una bibliografía básica sobre las diferentes temáticas de la asignatura y que pretende servir de iniciación al alumno

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

Villafaña, 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

Competencias a desarrollar

Competencia	Indicador específico de la competencia
Comunicación oral y escrita	Trabajar en la gestión de la comunicación en cualquier medio. Ser capaz de persuadir
Científico Tecnológico	Analizar y sintetizar la información Poner en práctica los conocimientos teóricos
Interpersonales	Dirigir y coordinar un trabajo
Valores morales	Adquirir un compromiso ético

Evaluación

Bloque/tema	Peso	Descripción
1. El territorio corporativo	Tema1	Introducción a la comunicación corporativa y a sus principales conceptos
2. Público y Comunicación interna y externa	Tema 2, Tema 3 y Tema 4	Valoración de los diferentes públicos y la forma que tiene una empresa de relacionarse con ellos
3. Especialidades de la comunicación corporativa	Tema 5, Tema 6 Tema 7 i Tema 8	Especializaciones diversas de la comunicación corporativa: reputación, RSC, comunicación de líder i de crisis

