

Estrategias de comunicación e imagen organizacional

Curso 2008 – 2009

Profesores:

R. Gallo & M. Bernadich

temario

- Tema 1: La comunicación organizacional
- Tema 2: Comunicación interna
- Tema 3: Comunicación externa comercial
- Tema 4: Publicidad
- Tema 5: Promoción de ventas
- Tema 6: Venta personal y fuerza de ventas
- Tema 7: Comunicación externa no comercial
- Tema 8: Relaciones públicas
- Tema 9: Imagen corporativa

bibliografía

- I.Rodríguez del Bosque et alter: Comunicación comercial: Conceptos y aplicaciones Ed. Cívitas – Colección Empresa
- S.Harrison: Relaciones Públicas ed.Cívitas – Col.Negocios
- J.D.Barquero: Comunicación estratégica Ed.McGraw-Hill
- M.Levionnois Marketing interno y gestión de recursos humanos Ed.Díaz de Santos

Nueva bibliografía

- Rodríguez Ardura, I (Coord) Estrategias y técnicas de comunicación – una visión integrada en el marketing Editorial UOC
- Almenara Aloy, J (coord) Comunicación interna en la empresa Editorial UOC
- Xifra, Jordi Técnicas de ls Relaciones Públicas Editorial UOC
- Jiménez Zarco,Al & Rodríguez Ardura, I (Coords.)Comunicación e imagen corporativa Editorial UOC

Sistema de evaluación

Los alumnos pueden superar la asignatura

- a) A través de Evaluación continuada :
Nota media ponderada (ver página siguiente)
- b) Vía examen final

Tema	Metodología	Sistema evaluación	Valoración
1	Presencial		
2	Semi presencial	Realización y presentación de una práctica	15% nota curso
3	Presencial		
4	Presencial	Examen parcial eliminatorio	30 % nota curso
5	Individual		
6	Individual		
7	Presencial		
8	En equipo	Entrega y presentación trabajo conjunto	20% nota curso
9	En equipo	Entrega y presentación trabajo conjunto	20% nota curso

•La evaluación continuada conlleva el control de asistencia a clase, es necesario asistir a un 80% de las sesiones.

•La asistencia a clase supone el 15% de la nota del curso.

•En caso de no superar el examen del tema 4, el alumno deberá presentarse al examen final y realizar la parte correspondiente del mismo