

SISTEMES I FORMES DE COMUNICACIÓ EMPRESARIAL

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Sistemes i Formes de Comunicació Empresarial		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	Troncal	Obligatòria	Optativa x
4. Crèdits (ECTS)	4		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

- Entendre la comunicació corporativa com una manifestació global de les organitzacions (empreses o institucions)
- Comprendre la comunicació corporativa com un procés de comunicació complexa.
- Identificar els sistemes i formes de comunicació corporativa utilitzades per les organitzacions.
- Anàlisi de les múltiples formes de comunicació empresarial

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1 Teoria general de sistemes en la comunicació empresarial

- Bloc 1 Aplicació general de la Teoria de sistemes
- Bloc 2 Aplicació específica de la Teoria de sistemes

Tema 2 Les formes de comunicació empresarial

- Bloc 1 Formes analògiques
- Bloc 2 Formes digitals

2. Bibliografia comentada:

- Johson Steven (2003) Sistemas emergentes. Turner Fondo de Cultura Económica. México D. F.
- Varona, Federico (). El círculo de la Comunicación. Netbiolo. La Coruña.
- Andrade, Horacio (). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. Netbiolo. La Coruña.
- Castro, José y otros (). Comunica. Lecturas de comunicación organizacional. Netbiolo. La Coruña.
- Salvador, Juan (coordinador) (2005) Reestructuras del sistema publicitario. Ariel. Barcelona

(2006) Manual de las RRPP, comunicación y publicidad. Colección Management Deusto.

(2006) Estrategias de la cartera de marcas. Colección Management Deusto.

(2006) Ideas sobre estrategia. Colección Management Deusto.

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

Guia de l'estudiant, Guions de treball.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Anàlisi i síntesi</i> <i>Operar amb rigor científic</i>	<p>Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques.</p> <p>Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
<i>Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques</i>	<p>Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.</p> <p>Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.</p>
<i>Desenvolupar sensibilitat estètica</i>	Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Tema 1/Blocs 1, 2	25 % de la nota	Contextualització del fenomen comunicatiu a l'empresa i la manera de fer un anàlisi comunicatiu. Treball en grup dels blocs 1 i 2: 20 % de la nota de curs Treball individual: 5 % de la nota de curs

Tema 2/ Blocs 1, 2	75% de la nota	Estudi de les formes de comunicació a les empreses i institucions. Treball en grup bloc 1: 25 % de la nota de curs Treball en grup bloc 2: 25 % de la nota de curs Treball individual: 25% de la nota de curs
--------------------	----------------	--

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

Títol Sistemes en comunicació _____

Tema, mòdul o unitat Tema 1 (blocs 1 i2) _____

Nom de l'activitat *Indicis de sistemes en la comunicació empresarial* _____

2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

a. Identificar la comunicació empresarial com un sistema estructurat en variables, l'eficiència de les quals ha de significar el bon posicionament de l'organització en el seu entorn.

b. Establir el procediment d'anàlisi de les formes de comunicació en les organitzacions.

▪ Metodologia: *Individual* *grupal*

1. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: camp i bibliografia específica _____
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): exemples _____
- Sortides de camp: treball sobre l'objecte d'estudi proposat _____
- Altres _____

2. Període i dates de presentació: Segons la guia de l'assignatura _____

3. Avaluació: Entrega dels materials _____

_____ Pes:²⁵ 20% _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²⁶

- *Anàlisi i síntesi*
- *Operar amb rigor científic*
- *Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques*
- *Desenvolupar sensibilitat estètica*

²⁵ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

²⁶ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<p>Objectius en relació a les competències. <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques. ▪ Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc). ▪ Analitzar i sintetitzar la informació. ▪ Validar i verificar les idees, formes i conceptes. ▪ Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. ▪ Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza. ▪ Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes. ▪ Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques. 	

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<p><i>Anàlisis i síntesis</i></p> <p><i>Operar amb rigor científic</i></p>	<p>Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques.</p> <p>Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
<p><i>Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques</i></p>	<p>Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.</p> <p>Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.</p>

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat²⁷

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	5	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	10	
▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	6	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	1	
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal).		

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

x Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Aquesta activitat permet realitzar a l'alumne les següents.

²⁷ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<p><u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques. ▪ Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc). ▪ Analitzar i sintetitzar la informació. ▪ Validar i verificar les idees, formes i conceptes. ▪ Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. ▪ Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza. ▪ Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes. 	

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<p><i>Anàlisis i síntesis</i></p> <p><i>Operar amb rigor científic</i></p>	<p>Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques.</p> <p>Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
<p><i>Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques</i></p>	<p>Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.</p> <p>Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.</p>

<i>Desenvolupar sensibilitat estètica</i>	Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.
---	--

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³⁰

	t. estimat	t. validat
Hores de preparació (professor)		
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	5	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	10	
▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	6	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	1	
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal).		

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

x Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Aquesta activitat permet realitzar a l'alumne les següents.

³⁰ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<p><u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques. ▪ Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc). ▪ Analitzar i sintetitzar la informació. ▪ Validar i verificar les idees, formes i conceptes. ▪ Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. ▪ Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza. ▪ Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes. 	

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<p><i>Anàlisis i síntesis</i></p> <p><i>Operar amb rigor científic</i></p>	<p>Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques.</p> <p>Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
<p><i>Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques</i></p>	<p>Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.</p> <p>Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.</p>

<i>Desenvolupar sensibilitat estètica</i>	Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.
---	--

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	5	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	10	
▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	6	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	1	
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal).		

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

x Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Aquesta activitat permet realitzar a l'alumne les següents.

³³ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

Títol Formes en comunicació _____

Tema, mòdul o unitat *Tema 1 i 2* _____Nom de l'activitat *Sistemes i formes de comunicació empresarial* _____

2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

-
- a. Entender la comunicación corporativa como una manifestación global de las organizaciones (empresas o instituciones).
 - b. Comprender la comunicación corporativa como un proceso de comunicación complejo.
 - c. Identificar los sistemas y formas de comunicación corporativa utilizadas por las organizaciones.
 - d. Anàlisi de les múltiples formes de comunicació empresarial
-

- Metodologia: *Individual X* *grupal*

1. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: campus i bibliografia específica i activitats 1, 2 i 3
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): exemples _____
- Sortides de camp _____
- Altres _____

2. Període i dates de presentació: Segons la guia de l'assignatura _____

3. Avaluació: Entrega dels materials _____

_____ Pes:³⁴ 30% _____3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)³⁵

- *Anàlisi i síntesi*
- *Operar amb rigor científic*
- *Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques*

³⁴ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura³⁵ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

- *Desenvolupar sensibilitat estètica*

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques.
- Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).
- Analitzar i sintetitzar la informació.
- Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
- Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.
- Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.
- Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<i>Anàlisis i síntesis</i>	Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques.
<i>Operar amb rigor científic</i>	Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).
	Analitzar i sintetitzar la informació.
	Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
<i>Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques</i>	Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.
	Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.
	Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.

<i>Desenvolupar sensibilitat estètica</i>	Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.
---	--

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³⁶

	t. estimat	t. validat
Hores de preparació (professor)		
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	5	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	10	
▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	6	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	1	
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal).		

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

x Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Aquesta activitat ha de significar la demostració per part de l'alumne del domini de la matèria objecte d'aquesta assignatura.

³⁶ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)