

GESTIÓ DE LA COMUNICACIÓ A L'EMPRESA PÚBLICA I PRIVADA

Teoria i pràctica de la gestió de les àrees funcionals de la comunicació a l'empresa pública i privada.

Codi: 20715

Grup: 54

Aula: 18 (Aulari J)

Horari: Dc, de 19:00 a 21:00 hores

OBJECTIUS – TEMARI – METODOLOGIA DOCENT I D'APRENENTATGE – EXERCICIS PRÀCTICS – AVALUACIÓ – BIBLIOGRAFIA
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA – ALTRES QÜESTIONS – CALENDARI**Objectius**

- Introduir l'alumne en els actuals criteris i diferents camps de la Gestió
- Aprofundir en el marc teòric necessari per facilitar-los la seva praxis com a futurs professionals de la Gestió, en diferents àrees
- Dotar a l'alumne de la base pràctica necessària en gestió empresarial, per facilitar-li el seu ascens a llocs directius i de gestió
- Desenvolupament de la visió estratègica
- Aprenentatge dels aspectes tècnics de la planificació
- Treball en equip
- Desenvolupament d'habilitats directives

Temari**Tema 1:****L'Empresa a la societat actual**

Importància del seu paper (crear riquesa i feina)
Els factors productius
Classificació i tipus d'empreses
La figura de l'empresari
Els gestors o directius

Tema 2:**Les Empreses de Comunicació**

Importància econòmica
Trets i peculiaritats
Tipologia i classificació
L'empresa com a sistema
Els principals subsistemes
Interrelació i conseqüències en la gestió

Tema 3:**Introducció a la Gestió d'Empreses**

Funcions clau de la Gestió Empresarial
Les Eines de Gestió
Habilitats i perfils de Gestor
Les qualitats del Gestor eficaç
Perfil competencial del professional de la Com.
Els estils de Direcció i de Gestió

Tema 4:**La Gestió per Objectius**

Concepte i importància a la pràctica
Tipologia d'objectius
La DPO

Tema 5:**La Gestió Econòmico-Financera**

Introducció a la Teoria bàsica
El Balanç: Actiu i Passiu
El Compte de Resultats
Els ratis de Gestió
El Quadre de Comandament
La negociació econòmica i financera

Tema 6:**La pràctica de la Gestió**

La Gestió del Coneixement i el Capital Intel·lectual
La Gestió de la Relacions Client-Agència
La Gestió pressupostària
La Gestió de Control
La Gestió Internacional
La Gestió del Infocentre

Metodologia docent i d'aprenentatge

- Desenvolupaments conceptuals i teòrics del temari
- Aplicacions pràctiques amb exercicis
- Ponències per part de professionals en actiu (per determinar i confirmar)
- Redacció d'un assaig (o article)
- Creació de grups de treball per al desenvolupament d'un pla d'empresa

Exercicis pràctics

- Presentació del projecte bàsic del pla d'empresa. Extensió: de 2 a 4 fulls A4 (en word). Defensa davant de classe: 5 minuts (en powerpoint). [Lliurament: Dc 28/03/2012]
- Pla d'empresa per equips [Lliurament: pendent confirmar, Exposició i defensa: maig/juny 2012]
- Resums de les xerrades/conferències de ponents externs, individuals o per equips de treball. Extensió: 1 full A4. [Lliurament: dies després de la xerrada/conferència]

Avaluació

La nota final serà resultat de la mitja (segons el model triat), amb les activitats parcials aprovades

Model:	Activitat:	• Examen escrit	• Exercici en grup	• Comentari escrit	• Aportacions div.
Aval. Continuada		0%	70%	20%	10%
Examen final		70%	0%	20%	10%

Nota 1: Aquells que triïn el model d'Avaluació Continuada no es podran presentar a l'examen en 1a conv.

Nota 2: Les aportacions diverses per Avaluació Continuada serà la Wiki i les dinàmiques de classe, mentre que pel model Examen final serà la Wiki i treballs individuals com ara un mapa mental (o d'altres suggerits pel professor).

Bibliografia

- Remolins, E. "La primera venta del emprendedor"; Libros de Cabecera, Barcelona, 2010
- López, F., "La empresa, explicada de forma sencilla"; Libros de Cabecera, Barcelona, 2009
- Veciana, J.M., "La creació d'empreses. Un enfocament gerencial"; Col·lecció Estudis Econòmics, La Caixa, 2005 (Edició electrònica: www.estudis.lacaixa.es)
- Amat, O. i Prior, D. (directors), "Creació d'Empreses", Revista de Comptabilitat i Direcció, ACCID, Barcelona, 2007
- Chan Kim, W. i Mauborgne, R., "La estrategia del océano azul. Cómo crear en el mercado espacios no disputados en los que la competencia sea irrelevante"; Management, Verticales de Bolsillo (Grupo editorial Norma), Barcelona, 2008
- Young, A., Manual del Directivo; Ed. Everest, 1a edició, 1987
- Koontz, H. y Weihrich, H., "Administración"; Mc Graw Hill, traducción de la 9a edición de "Management"

Bibliografia complementària

Autor	Títol	Editorial	Any
Aaker, D & Myers, J.	Management de la publicidad (vol I y II)	Ed. Hispano Europea, BCN	1993
Bogard, L.	Strategy in Advertising	Chicago, NTC Books	1984
Cabré, A. & Martorell, G.	Marketing democrático [www.marketingdemocratico.com]	Lulu.com	2008
Davis, J.	La marca: máximo valor de su empresa	Pearson, México	2002
Jones, John Philip et al.	How to use advertising to build strong brands	SAGE publications, London	1999
Kotler, P. et al.	Dirección de marketing. Ed. Milenio, 10a ed.	Pearson Educaci	
Lambin, J.J.	Marketing Estratégico	Esic, Madrid	2003
Moliné, M.	La comunicación activa	Ed. Deusto	1988
Pérez, R. A.	Estrategias de comunicación	Ariel Comunicación	2001
Muñoz, P. & Martí, J.	Engagement Marketing. Una nueva publicidad para un marketing de comriso	Pearson Educación	2008
Schultz, D.	Strategic Advertising Campaigns	Chicago, NTC Books	1990
Soler, P.	La investigación cualitativa en marketing y publicidad	Ed. Paidós	1997

Altres qüestions:

- Els alumnes disposaran d'una tutoria virtual dirigint missatges al campus virtual (CV2008)
- Excepcionalment, també es pot utilitzar qualsevol de les següents adreces electròniques: **joanramon.molero@uab.cat**
- Les reunions amb el professor s'hauran de sol·licitar amb antelació per poder establir dia i hora, fent-ho a la mateixa adreça electrònica (abans esmentada) o a la classe.

*** Facultat Ciències Comunicació – Despatx IO/039 – Dc. 18:00-18:45 hores**

Calendari

Febrer 2012	Dc 15, Dc 22, Dc 29	(3 sessions)
Març 2012	Dc 07, Dc 14, Dc 21, Dc 28	(4 sessions)
Abril 2012	Dc 11, Dc 18, Dc 25	(3 sessions)
Maig 2012	Dc 02, Dc 09, Dc 16, Dc 23, Dc 30	(5 sessions)
Juny 2012	Dc 06	(1 sessió)

Exàmens

1a convocatòria

2a convocatòria

Gestió de Comunicació a l'Empresa Pública i Privada (20715, Optativa, 10 crèdits –6 teòrics, 4 pràctics–, Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat II)

Teoria i pràctica de la gestió de les àrees funcionals de la comunicació en l'empresa pública i privada.