



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT  
**ANÀLISI DE LA COMUNICACIÓ  
CORPORATIVA I  
INSTITUCIONAL**

Coordinació: JORGE NIETO FERRANDO

Any acadèmic 2013-14

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	ANÀLISI DE LA COMUNICACIÓ CORPORATIVA I INSTITUCIONAL
<b>Codi</b>	101922
<b>Semestre d'impartició</b>	2n Q Avaluació Continuada
<b>Caràcter</b>	Optativa
<b>Nombre de crèdits ECTS</b>	6
<b>Crèdits teòrics</b>	0
<b>Crèdits pràctics</b>	0
<b>Coordinació</b>	JORGE NIETO FERRANDO
<b>Departament/s</b>	Filologia Catalana i Comunicació
<b>Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant</b>	Hores presencials: 60
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	Despatx: 1.22

## Objectius acadèmics de l'assignatura

Veure apartat de competències.

## Competències

Competències	objectius formatius
Coneixement del procés de la comunicació corporativa i institucional	Aprendre les diferències bàsiques en la comunicació d'una institució i d'una empresa privada. Conceptes per pensar la comunicació d'una institució. El model per estudiar el procés comunicatiu.
Coneixement de la comunicació amb estratègia	Aprendre el concepte d'estratègia. L'estratègia de la comunicació en una organització. Aplicació d'alguns conceptes de comunicació d'organitzacions privades.
Coneixement de les eines per la incorporació de l'avaluació a l'estratègia	Aprendre els elements de l'avaluació. Estudiar el públic. Les metodologies avaluadores i la mesura dels mass-media.
Coneixement de l'estructura d'algunes oficines de comunicació institucional	Aprendre el funcionament intern de les oficines de comunicació dels governs dels EE.UU i del Regne Unit. L'organigrama d'una oficina de premsa institucional i les seves funcions.
Coneixement de les eines d'estratègia per fer arribar el missatge	Aprendre a construir missatge i com fer-lo arribar. El pla de comunicació. La nota de premsa. La roda de premsa. Els dossiers. Els discursos. L'organització d'esdeveniments.
Coneixement de la comunicació interna de l'empresa	Aprendre les eines de la comunicació com instrument de millora de la competitivitat de les organitzacions. La gestió empresarial adaptada a l'entorn comunicatiu. Definir la identitat i la marca corporativa.
Coneixement dels gabinets de comunicació	Aprendre com funcionen els gabinets privats de comunicació. Les tasques. Conèixer el pensament dels mitjans.

## Continguts fonamentals de l'assignatura

Unitat 1.- El procés de la comunicació

Unitat 2.- Comunicar amb estratègia

Unitat 3.- La incorporació de l'avaluació a l'estratègia

Unitat 4.- L'organització de l'oficina de comunicació

Unitat 5.-L'estratègia per fer arribar el missatge.

Unitat 6.- La comunicació corporativa a l'empresa

Unitat 7.- Els gabinets de comunicació.

Unitat 8.-La construcció d'esdeveniments

Unitat 9.- El pla de comunicació.

## Eixos metodològics de l'assignatura

Activitat	CODIFICACIÓ / descripció / tipologia TPD	O*	G*	HP*	HNP*
Classe magistral (M)			1	60	
Seminaris (S)					
Pràctiques (P)					
Treballs (T)	De grup de 3 o 4 estudiants				
Tutories (Tut)	individuals				
Altres (AA)					
Avaluació (AV)					
<b>TOTAL</b>					

O: Objectiu. G: número de grups implicats en l'activitat. HP: hores presencials de l'alumne. HNP: hores no presencials de l'alumne.

## Sistema d'avaluació

Mecanismes d'avaluació	Codificació / Descripció-criteris / Tipologia TPD	observacions	O*	Activitat	%*
Assistència i participació (As)					
Taller d'avaluació (TA) (Examen)					40
Informe (In) / Treballs (T)					60
Altres (A)					
<b>TOTAL</b>					100

O: Objectiu. %: percentatge en la nota final.

## Bibliografia i recursos d'informació

### **Bibliografia bàsica**

Canel, Maria José: Comunicación de las Instituciones públicas. Tecnos. Madrid

Carrascosa, José Luís: ComunicACCION. Una comunicación eficaz para el éxito en los negocios. Ciencias de la Dirección. Madrid

García Orosa, Berta: Gabinetes de comunicación on line. Comunicación social. Sevilla

Kerpen, Dave: Me gusta. Conseguir el éxito en las redes sociales

Martín Algarra, Manuel: Teoría de la comunicación. Tecnos. Madrid

Martínez Solana, Yolanda: La comunicación institucional. Fragua. Madrid

Mora, Juan Manuel: 10 ensayos de comunicación institucional.EUNSA. Pamplona

Morató, Jordi: La comunicación corporativa. UOC. Barcelona

Ramírez, Txema: Gabinetes de comunicación. Bosch. Barcelona

Villafañe, Justo: Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Pirámide. Madrid.

Westwood, John: Cómo crear un plan de Marketing. Gedisa. Barcelona