



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
**ANÀLISI DE LA COMUNICACIÓ
CORPORATIVA**

Coordinació: Rafael Ventura Nadal

Any acadèmic 2015-16

Informació general de l'assignatura

| | |
|--|---|
| Denominació | ANÀLISI DE LA COMUNICACIÓ CORPORATIVA |
| Codi | 101922 |
| Semestre d'impartició | 2n semestre |
| Caràcter | Optativa |
| Nombre de crèdits ECTS | 6 |
| Grups | grup únic |
| Crèdits teòrics | 0 |
| Crèdits pràctics | 0 |
| Coordinació | Rafael Ventura Nadal |
| Horari de tutoria/lloc | Despatx: 1.22 |
| Departament/s | Filologia Catalana i Comunicació |
| Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant | Hores presencials: 60 |
| Modalitat | Presencial |
| Informació important sobre tractament de dades | Consulteu aquest enllaç per a més informació. |
| Idioma/es d'impartició | Català |
| Grau/Màster | Grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals |
| Horari de tutoria/lloc | Despatx: 1.22 |
| Adreça electrònica professor/a (s/es) | rvn.ventura@gmail.com |

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) | | | | | |

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) | | | | | |
| TOTAL | | | | | 100 |

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

Bibliografía i recursos d'informació

Bibliografía 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