

Assignatura: **TÈCNiques DE COMUNICACIÓ COMERCIAL**
Codi: **16051008** Crèdits: **6**
Tipus: **Troncal** Cicle: **1r** Curs: **3r** Quadrimestre: **1r**
Departament: **Gestió d'Empreses**
Àrea: **Comercialització i Investigació de Mercats**
Professorat:

Objectius generals:

L'assignatura vol dotar a l'alumne de la Diplomatura de Ciències Empresarials d'aquells instruments de comunicació que utilitzarà de forma més directa en la seva sortida professional. Aquests són tots els relacionats amb els camps de la venda, la negociació la promoció i la publicitat. Donada la transcendència que té la comunicació en l'actualitat com a vehicle per a la projecció de les diferents polítiques de màrqueting, aquests coneixements eminentment pràctics resultaran d'importància capdal.

Criteris d'avaluació:

Al llarg del desenvolupament del curs l'alumne participarà en la resolució de diversos casos pràctics i exercicis. L'avaluació es farà mitjançant un examen que inclourà un test sobre aspectes conceptuals i tres exercicis teòrico-pràctics. La puntuació del test serà del 70 % de la nota final i la dels exercicis del 30 %.

Assignatures que es recomana haver cursat prèviament/simultàniament:

Introducció al Màrqueting

Assignatures en les quals s'apliquen els continguts d'aquesta:

e-commerce (optativa)
Màrqueting Estratègic (ADE)
Direcció de Màrqueting (ADE)
Investigació de Mercats (optativa ADE)
Màrqueting de Serveis (optativa ADE)

Bibliografia bàsica:

Díez de Castro; Enrique Carlos. *Gestión de la Fuerza de Ventas*. Bilbao: Deusto, 1991.
Russell J. Thomas; Lane W. Ronald. *Kleppner Publicidad*. 16ª Ed. Madrid: Prentice Hall, 2001.

Bibliografia complementària:

González Lobo, M^a Angeles; Camero López, Enrique. *Manuel de Planificación de Medios*, 2ª ed. Madrid: ESIC, 1999.
Martín Armario, Enrique; Díez de Castro, Enrique Carlos. *Planificación Publicitaria*, Madrid: Pirámide, 1993.
Ribas Muntan, Ramón. *Estructura y Formación de Vendedores*. Madrid: Index, 1984.

Programa:

I BLOC 1 LA COMUNICACIÓ

1. Concepte i procés de la comunicació

II BLOC 2 LA COMUNICACIÓ PERSONAL

2. La força de vendes
3. El venedor
4. La direcció de vendes
5. Les tècniques de venda
6. Tècniques de negociació
7. Les relacions públiques

III BLOC 3 LA COMUNICACIÓ DE MASSES

8. La publicitat
9. Els mitjans de comunicació de masses
10. La publicitat a internet
11. Avaluació de l' eficàcia de la publicitat
12. El marketing directe
13. La publicity i el publireportatge corporatiu
14. La esponsorització, el patrocini i el mecenatge

IV BLOC 4 PROMOCIÓ

15. La promoció de vendes