



UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

DEPARTAMENT DE GESTIÓ D'EMPRESSES

FACULTAT DE CIÈNCIES ECONÒMIQUES I EMPRESARIALS  
DEPARTAMENT DE GESTIÓ D'EMPRESSES

CIÈNCIES EMPRESARIALS  
2004/05

TÈCNQUES DE COMUNICACIÓ COMERCIAL  
3R CURS / 1R QUADRIMESTRE

PROFESSORS

Gerard Ryan (Grup M1 IT)  
Xavier Arnavat i Carballido (Grup M2)

## OBJECTIUS GENERALS

L'assignatura 'Tècniques de Comunicació' presenta als estudiants el rol i objectius de les estratègies de comunicació de marketing, promoció, publicitat i vendes personals. Examina les teories de comunicació i comportament del consumidor, i com aquestes es relacionen amb les pràctiques actuals de marketing i els desenvolupaments en els mètodes i tècniques de publicitat i comunicació comercial.

S'avaluen els elements principals del mix de promoció (comunicacions) i de les seves tècniques de mesura, tant des d'un aspecte teòric com pràctic: Anuncis (publicitat) vendes personals, promocions de venda, relacions públiques, esponsorship, marketing directe, etc. També s'introduirà als estudiants als temes contemporanis en l'àrea de comunicacions, com les pràctiques promocionals postmodernes, la influència del eco-consumidor, Internet, televendes, i perfils dels nous consumidors.

## PROGRAMA ANALÍTIC

### Tema 1 Les comunicacions integrades de marketing

Introducció a la comunicació comercial  
El mix de comunicació  
Les comunicacions integrades  
Els nous mitjans

### Tema 2 El procés de comunicació comercial

Introducció a la teoria de la comunicació  
El procés de comunicació  
La comunicació en la societat del consum  
La teoria AIDA  
Comunicació i semiòtica

### Tema 3 Psicologia i comportament del consumidor i la comunicació comercial

Introducció a l'estudi del consumidor i la seva relació amb la comunicació  
La percepció i la comunicació  
L'organització de la percepció a davant de la comunicació comercial  
La publicitat subliminal i els límits de la percepció

### Tema 4 La comunicació creativa

Els camins creatius de la publicitat segons el publicista català, Luis Bassat.  
Les estratègies creatives segons Bassat i segons Ogilvy

### Tema 5 Les agències de comunicació i publicitat

Introducció a l'agència de publicitat  
Tipus de agències  
Estructura i organització de l'agència  
Els departaments i les seves funcions  
Els individus i els seus rols  
Sistemes de remuneració

El pressupost de comunicació

Tema 6 Els mitjans de comunicació

Definicions dels mitjans de comunicació

'Above the line' & 'Below the line'

Característiques dels principals mitjans

La situació dels mitjans a Espanya

Tema 7 Les promocions de venda

Introducció, definició i usos de les promocions de venda

La situació actual a Espanya

Els objectius i els incentius de les Promocions de Venda pel que fa al seus públics objectius

Què es pot aconseguir i què no es pot esperar d'una promoció de venda

Les característiques de les promocions eficaces

Tema 8 La comunicació a Internet

Introducció a la comunicació a Internet

El procés de comunicació a Internet

Característiques de les comunicacions a Internet

Tipus d'anuncis a Internet

Diferències entre anuncis 'online' i 'offline'

El push i pull de la web

L'eficàcia de la publicitat a la web

Tema 9 Les relacions públiques & l'esponsorització

Introducció i definicions

La funció de les relacions públiques

L'esponsorització

Tema 10 La venda personal

Introducció i definició de la 'venda personal'

El procés de la venda

Com tancar la venda

Tema 11 Tendències actuals en la comunicació comercial

Aquest tema tracta les principals tendències en el món de la comunicació comercial.

Per tant, el programa de l'assignatura no pot especificar quines seran aquestes tendències durant el semestre. El material per aquesta sessió es podrà trobar a la web de l'assignatura durant el llarg del semestre.

## BIBLIOGRAFIA

Bibliografia bàsica

Diez de Castro, E. & Martín Armario, E. & Sánchez Franco, M. (2002) Comunicaciones de marketing. Pirámide. Madrid

#### Recull d'articles i lectures actuals preparades pels professor

Aquesta assignatura té una web amb una bibliografia complementària amplia que és pot consultar seguint els links [www.fcee.urv.es](http://www.fcee.urv.es) departaments – gestió d'empreses – docència – assignatures amb web – tècniques de comunicació o fent clic sobre el link [www.gerardryan.com](http://www.gerardryan.com)

#### Bibliografia complementària

Tellis, G. & Redondo, I.(2002) Estrategias de publicidad y promoción. Pearson Educación. Madrid

Thomas, J. & Lane, R. (2001) Publicidad. Prentice Hall. Mexico

Arens, W. (2002) Contemporary Advertising. McGrawhill Irwin. Boston

Ortega, Enrique, (1997). *La Comunicación Publicitaria*. Pirámide.

Roca, M. (2000) Yo soy aquel negrito: Los anuncios que marcaron nuestra vida. Martínez roca. Barcelona.

Bassat, I. (2000) El libro rojo de las marcas: como construir marcas de éxito. Espasa. Barcelona.

Diez Medrano, J.(1999). La publicitat boca a boca. ¿Una mordedura sin antídoto? Grupo.

Madrid Sabaté, Joan, (1997). *La Publicitat*. Enciclopèdia Catalana.

Toscani, o. (1996). Adiós a la Publicidad. Omega. Barcelona.

#### METODOLOGIA DOCENT (si s'escau)

Les classes tenen una primera part de presentació teòrica i conceptual dels temes, utilitzant medis de suport com transparències i vídeos. La segona part es compon d'exercicis i d'exposicions dels treballs d'avaluació continuada dels estudiants.

#### AVALUACIÓ DE L'ALUMNE

Al començament del quadrimestre es proposaran dos treballs (en grup) d'avaluació continuada sobre el marketing.

La nota final de l'assignatura serà una combinació de la nota d'examen (70%) i la nota pels treballs d'avaluació continuada (30%).

Els treballs d'avaluació continuada són treballs en grup. No es faran excepcions d'aquesta norma (no es podrà fer els treballs individualment).

Els estudiants que no facin els treballs tindran dret a un examen final sobre el conjunt de la bibliografia.

És la responsabilitat de l'estudiant presentar-se a classe per tal d'apuntar-se en un grup de treball durant les primeres setmanes del semestre.

**Per tal que compti la nota d'avaluació continuada, caldrà aprovar l'examen.**

No hi haurà avaluació continuada a la convocatòria de setembre, (100% examen escrit).

#### HORARI D'ASSIGNATURA (de tots els grups)

|  |
|--|
|  |
|--|

|  |
|--|
|  |
|--|

HORARI DE CONSULTES (tots els professors de l'assignatura)

|                             |
|-----------------------------|
| Gerard Ryan<br>Ferran Colàs |
|-----------------------------|