GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

G906 - Comunicación Comercial

Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Economía
Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Relaciones Laborales
Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas
Grado en Administración y Dirección de Empresas

Curso Académico 2023-2024

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Economía			Tipología y Curso	Obligatoria. Curso 3 Obligatoria. Curso 3
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	MATERIA COMUNICACIÓN COMERCIAL MÓDULO FORMACIÓN EN MARKETING				
Código y denominación	G906 - Comunicación Comercial				
Créditos ECTS	6	Cuatrimestre		Cuatrimestral (1)	
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Profesor responsable	IGNACIO ALFREDO RODRIGUEZ DEL BOSQUE RODRIGUEZ
E-mail	ignacio.rodriguezdelbosque@unican.es
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E255)
Otros profesores	JAVIER FLAMINIO TUÑAS MATILLA EUSTASIO FERNANDEZ MARTINEZ

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- - Obtener un conocimiento profundo de la gestión de la comunicación comercial.
- Saber aplicar las principales técnicas y conceptos para el desarrollo de campañas eficaces de comunicación.
- Conocer cómo se realizan las campañas publicitarias.
- Aplicar las NNTT de comunicación en Internet.
- Saber aplicar las técnicas de promoción de ventas en mercados industriales y de consumo.
- Gestionar equipos de fuerza de ventas bajo las directrices de la comunicación empresarial.
- Conocer la gestión de las relaciones públicas como técnica de comunicación comercial.
- Comprender y aplicar la comunicación comercial para maximizar el ROI.

4. OBJETIVOS

1. Conocer el papel de la comunicación dentro del mix de comunicación
2. Conocer cómo influye la comunicación en el comportamiento del consumidor
3. Conocer la metodología de creación de mensajes
4. Identificar los distintos tipos de técnicas de comunicación
5. Conocer la importancia de la comunicación para maximizar el ROI

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

	CONTENIDOS
1	Tema 1 : La Comunicación Empresarial Tema 2 : El Plan de Comunicación Tema 3: Publicidad I: Mensaje Tema 4: Publicidad II: Medios de Comunicación
2	Tema 5: Comunicación en Internet Tema 6: Promoción de Ventas Tema 7: Fuerza de Ventas Tema 8: Relaciones Públicas

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Trabajo en grupo	Trabajo	No	Sí	30,00
Examen parcial I	Actividad de evaluación con soporte virtual	No	Sí	30,00
Examen final	Actividad de evaluación con soporte virtual	Sí	Sí	30,00
Trabajo en el aula	Trabajo	No	Sí	10,00
TOTAL				100,00

Observaciones

Para aprobar el examen parcial y final hay que obtener un mínimo de 5,0 puntos -en una escala de 10,0 puntos- en cada uno de ellos. Es condición necesaria para realizar el cálculo de la nota media de la asignatura superar ambos exámenes. El examen parcial será recuperable en el examen final que será único en la convocatoria oficial publicada por el centro.
El examen de la convocatoria extraordinaria consistirá en una prueba única teórica y práctica del cien por cien de la asignatura.

Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial

Los alumnos de matrícula parcial realizarán un examen escrito al final del cuatrimestre, recuperable en el examen de la convocatoria extraordinaria.
El examen consistirá en una prueba única teórica y práctica del cien por cien de la asignatura.

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

Rodríguez del Bosque, I. (2023): Comunicación Comercial. Apuntes disponibles en el Aula Virtual.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.