



GRADO:	Administración y Dirección de Empresas
ASIGNATURA:	Comunicación Comercial
CURSO:	Cuarto
SEMESTRE	Segundo

OBJETIVOS:	<p>Esta asignatura proporciona una visión actual del papel que juega la comunicación en la estrategia comercial de empresas e instituciones. Desde una perspectiva académica y práctica, se combinan los fundamentos teóricos de esta materia con ejemplos del mundo real e ideas que ayudan a orientar la toma de decisiones estratégicas y tácticas en el área de la comunicación.</p>
RESUMEN DE CONTENIDOS:	<p>Los cambios del entorno no son algo nuevo pero sí lo son tanto el incremento de la rapidez con la que se producen esas transformaciones como los retos que plantean a las empresas. Los directivos y profesionales de marketing necesitan disponer de formas de pensar y herramientas que les ayuden a desenvolverse en un panorama en el que la reputación empresarial es cada vez más frágil y las demandas de información por parte de los diferentes stakeholders van en aumento. El objetivo de esta asignatura es equipar a los estudiantes con los conceptos y herramientas de la comunicación empresarial.</p> <p>Se presenta la Comunicación como una capacidad comercial que convierte inputs tangibles e intangibles en resultados para la empresa. En este sentido, se describe la Comunicación Integrada de Marketing como un mecanismo que permite optimizar los enfoques de comunicación para conseguir una mayor efectividad en la transmisión de los mensajes al público y que confiere, al tiempo, beneficios colaterales vinculados con el aumento del valor de marca y la mejora de los resultados financieros.</p> <p>Esta asignatura ayuda a entender cómo las empresas deben focalizar sus recursos — tiempo, dinero y esfuerzos— hacia los “mejores” clientes por medio de un enfoque de pensamiento de fuera a dentro. Esto supone partir del propio consumidor en lugar de decidir qué se quiere decir y luego intentar buscar a quién decirlo. La idea es orientar el esfuerzo de comunicación de forma que sea creíble, persuasivo, con contenido y medible.</p>
CONTEXTUALIZACIÓN EN EL GRADO:	<p>Es necesario disponer de conocimientos de marketing por lo que es recomendable haber superado las asignaturas Fundamentos de Marketing —asignatura obligatoria impartida en el segundo semestre del segundo curso— y Dirección Comercial e Investigación de Mercados, asignaturas obligatorias impartidas en el primer y segundo semestre, respectivamente, del tercer curso. En tanto que Comunicación Comercial aborda un instrumento del llamado marketing mix, su contenido se complementa con el que se imparte en la asignatura Distribución Comercial y Comercio Electrónico, optativa correspondiente al primer semestre del cuarto curso.</p>