

RA1. Tècniques de comunicació institucional i promocional

Aquest resultat d'aprenentatge s'assolirà a través de la consecució dels objectius següents, inclosos en diferents unitats.

OBJECTIUS

Unitat 1. L'organització empresarial.

- Analitzar la necessitat d'establir estructures.
- Conèixer els principals models organitzatius empresarials.
- Diferenciar organització formal i informal.
- Conèixer la utilitat pràctica dels diferents tipus d'organigrames.
- Distingir les diferents funcions del personal a l'organització.

Unitat 6. Comunicació empresarial i imatge corporativa.

- Transmetre una visió general de la comunicació.
- Conèixer els elements de la comunicació.
- Analitzar el procés.
- Reflexionar sobre les barreres i els errors de la comunicació.
- Reflexionar sobre la importància de la imatge corporativa en els processos d'informació i comunicació a les organitzacions.
- Assumir la importància en la comunicació personal i professional de les xarxes socials.
- Valorar els avantatges i inconvenients de la comunicació a les xarxes socials.
- Conèixer les principals normes de *netiqueta* que cal aplicar a les xarxes.
- Reflexionar sobre la influència d'aquesta nova forma de comunicació en l'àmbit de les empreses.

RESULTATS D'APRENENTATGE I CRITERIS D'AVALUACIÓ

RA1. Caracteritza tècniques de comunicació institucional i promocional, distingint entre internes i externes.

Criteris d'avaluació

- a) S'han identificat els tipus d'institucions empresarials, descrivint-ne les característiques jurídiques, funcionals i organitzatives.
- b) S'han relacionat les funcions tipus de l'organització: direcció, planificació, organització, execució i control.
- c) S'ha identificat l'estructura organitzativa per a una assistència o la prestació d'un servei de qualitat.

- d) S'han relacionat els diferents estils de comandament d'una organització amb el clima laboral que generen.
- e) S'han definit els canals formals de comunicació a l'organització a partir del seu organigrama.
- f) S'han diferenciat els processos de comunicació interns formals i informals.
- g) S'ha valorat la influència de la comunicació informal i les cadenes de rumors a les organitzacions, i la seva repercussió en les actuacions del servei d'informació prestat.
- h) S'ha relacionat el procés de demanda d'informació d'acord amb el tipus de client, intern i extern, que hi pot intervenir.
- i) S'ha valorat la importància de la transmissió de la imatge corporativa de l'organització a les comunicacions formals.
- j) S'han identificat els aspectes més significatius que transmeten la imatge corporativa a les comunicacions institucionals i promocionals de l'organització.

CONTINGUTS

Els continguts concrets a impartir per a la consecució dels objectius expressats són:

Unitat 1. L'organització empresarial

- 1. Organitzacions empresarials
 - 1.1. Concepte i classificació d'organització empresarial
 - 1.2. Objectius de les organitzacions empresarials
 - 1.3. Elements de les organitzacions empresarials
- 2. Funcions a l'organització empresarial
 - 2.1. La funció directiva
- 3. Models d'organització i els seus organigrames
 - 3.1. Organització lineal o jeràrquica o de Fayol
 - 3.2. Organització funcional o de Taylor
 - 3.3. Organització lineal i d'assessorament (*staff*)
 - 3.4. Organització per comitès
 - 3.5. Organització matricial

Unitat 6. Comunicació empresarial i imatge corporativa

- 1. Comunicació a l'empresa
- 2. Tipus de comunicació a l'empresa
 - 2.1. Comunicació interna a l'empresa
 - 2.2. Comunicació externa a l'empresa
 - 2.3. Comunicació externa a través d'Internet
- 3. Recepció de visites. Habilitats socials i protocol a l'empresa
- 4. Xarxes socials
 - 4.1. Xarxes socials generals
 - 4.2. Xarxes socials especialitzades
- 5. Aplicacions de missatgeria instantània
- 6. Identitat i imatge corporativa a les organitzacions
 - 6.1. Identitat corporativa a l'empresa
 - 6.2. Manual d'identitat corporativa
 - 6.3. Imatge corporativa a l'empresa