

## POLÍTICA DE COMUNICACIÓ COMERCIAL

Professor: Miquel Carreras i Simó

1. El procés de comunicació.
2. La comunicació comercial.
3. La venda personal I: la presentació de vendes.
4. La venda personal II: gestió de la força de vendes.
5. La publicitat I: introducció.
6. La publicitat II: els mitjans publicitaris.
7. La publicitat III: el misatge publicitari.
8. La promoció de vendes.
9. Les relacions públiques.

### Objectius:

S'explicaran les principals decisions que cal adoptar en la formulació de l'estrategia de comunicació de l'empresa. Això comporta tractar en detall els diferents instruments de comunicació, es a dir, l'estrategia de publicitat, de venda personal, de promoció de vendes i de relacions públiques. Després d'estudiar el contingut d'aquestes estratègies, s'explicarà el procés d'elaboració d'un pla de comunicació, els diferents elements que el componen, i les formes d'avaluació i control del pla.

### Mètode d'avaluació:

Per aprovar l'assignatura caldrà superar un examen.

### Bibliografia:

- J.R. Sanchez Guzman, Marketing Comunicación, Ed. Ciencia 3 Distribución, Madrid, 1989.
- E. Martín Armario, Marketing, Ed. Ariel, Barcelona, 1993.
- J.A. Varela Gonzalez, Los Agentes de Ventas, De. Ariel, Barcelona, 1991.
- E. Ortega, La Dirección Publicitaria, De. ESIC, Madrid, 1991.