Noticias de tesis doctorales

Autor:

JAVIER ARGERICH PÉREZ

Título:

La comunicación como herramienta de gestión en las empresas franquiciadoras españolas

Director:

FERNANDO MARTÍN MARTÍN

Lugar y fecha de lectura:

Universidad CEU San Pablo, 22 de diciembre de 2006

TRIBUNAL:**Presidente:**

LUÍS NÚÑEZ LADEVÉZE (Universidad CEU San Pablo)

Vocal:

JESÚS TIMOTEO ÁLVAREZ FERNÁNDEZ (Universidad Complutense de Madrid)

Vocal:

JUAN BENAVIDES DELGADO (Universidad Complutense de Madrid)

Vocal:

MANUEL SANTAELLA LÓPEZ (Universidad CEU San Pablo)

Secretario:

JOSÉ MARÍA LEGORBURU HORTELANO (Universidad CEU San Pablo)

Calificación:

Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

Resumen:

La aplicación de la investigación sobre la comunicación como herramienta de gestión en las franquicias españolas permite precisar los públicos de interés internos y externos, generar nuevas tipologías de políticas de comunicación, establecer las pautas para la elaboración del plan o estrategia de comunicación y definir un plan de crisis, complementado por el plan preventivo de crisis. Asimismo, se especifica la estructura de la dirección de comunicación y las diversas herramientas con las que cuentan las empresas franquiciadoras para llevar a cabo su tarea comunicativa, mediante la descripción y análisis de todas las acciones y herramientas de comunicación internas y externas a su disposición. Se ha observado la necesidad de utilizar la comunicación como una herramienta imprescindible de gestión en las empresas franquiciadoras españolas que, por su peculiar forma de funcionamiento y gestión, necesitan soluciones comunicativas específicas, que deberán ser aplicadas desde la dirección de comunicación de cada central de franquicia.