

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2024/2025

Identificación y características de la asignatura			
Código	500345	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Gestión y Administración en Empresas de Comunicación y en Unidades Informativas		
Denominación (inglés)	Management and Administration of Mass Media Companies and Information units.		
Titulaciones	GRADO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN (SEMIPRESENCIAL)		
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN		
Semestre	1	Carácter	BÁSICA
Módulo	FORMACIÓN BÁSICA		
Materia	EMPRESA		
Profesorado			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Ayudante Doctor			
Área de conocimiento	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD		
Departamento	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN		
Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno)			
Competencias			
BÁSICAS			
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.			
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.			
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.			
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.			
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.			
ESPECÍFICAS			
CE8 - Comprender y aplicar las técnicas de gestión y marketing de sistemas, unidades y servicios de información.			

Código Seguro De Verificación	AyNkr/ts82cBV8x9twyphg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Javier Trabadela Robles	Firmado	11/07/2024 09:59:36
Observaciones		Página	1/4
Url De Verificación	https://uex09.unex.es/vfirma/code/AyNkr/ts82cBV8x9twyphg==		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		



TRANSVERSALES	
<p>CT1 - Capacidad de análisis y de síntesis aplicadas a la gestión y organización de la información.</p> <p>CT2 – Capacidad de uso y adaptación de diversas técnicas de comunicación oral y escrita con los usuarios de la información.</p> <p>CT5 - Capacidad de organización y planificación del trabajo propio.</p> <p>CT6 - Capacidad de trabajar en equipo y de integración en equipos multidisciplinares.</p> <p>CT10 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.</p> <p>CT11 - Capacidad para la adaptación a cambios en el entorno.</p> <p>CT12 - Capacidad para emprender mejoras y proponer innovaciones.</p> <p>CT14 - Capacidad de generar una conciencia solidaria: capacidad para generar formas de comportamiento que pasen por el respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, la igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, los valores propios de una cultura de paz, los principios democráticos y el respeto por los derechos humanos.</p>	
Contenidos	
Breve descripción del contenido	
Principios y gestión en unidades informativas, empresas de comunicación y documentación. Recursos humanos, materiales, técnicos e intangibles de las empresas de información y comunicación. Organización y mercados de comunicación e información.	
Temario de la asignatura	
<p>Denominación del tema 1: La empresa</p> <p>Teoría:</p> <p>1.Introducción</p> <p>1.2 La empresa desde el punto de vista macroeconómico</p> <p>2.La empresa: concepto y funciones</p> <p>2.1 Evolución histórica de la empresa capitalista</p> <p>2.2 Elementos constitutivos de la empresa</p> <p>3.La sociedad de la información y la sociedad del conocimiento</p>	
<p>Denominación del tema 2: El empresario</p> <p>Teoría:</p> <p>1.Introducción</p> <p>2.El empresario en el pensamiento económico clásico</p> <p>3.El empresario y su papel en la economía actual</p> <p>3.1 El empresario como profesional de la dirección</p> <p>3.2 El empresario emprendedor</p>	
<p>Denominación del tema 3: El mercado y la competitividad de la empresa</p> <p>Teoría:</p> <p>1.La empresa y el mercado</p> <p>2.La competitividad de la empresa</p>	
<p>Denominación del tema 4: La dirección de la empresa</p> <p>Teoría:</p> <p>1.Concepto de dirección</p> <p>2.Las funciones de la dirección</p> <p>2.1 Planificación: concepto y tipos de planes.</p> <p>2.2 Organización</p> <p>2.3 Gestión</p> <p>2.4 Control</p> <p>PRÁCTICA 1 SOBRE TEMA 4.</p>	

Código Seguro De Verificación	AyNkr/ts82cBV8x9twyphg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Javier Trabadela Robles	Firmado	11/07/2024 09:59:36	
Observaciones		Página	2/4	
Uri De Verificación	https://uex09.unex.es/vfirma/code/AyNkr/ts82cBV8x9twyphg==			
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

Denominación del tema 5: La dirección de recursos humanos en la empresa								
Actividades formativas								
Horas de trabajo del alumno/a por tema		Horas Gran grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total		CH	L	O	S		
1	19,25							19,25
2	19,25							19,25
3	28,25	1				2	0,75	24,5
4	30,25							30,25
5	33	1				2,5	0,75	28,75
Evaluación	20	1						19
TOTAL	150	3				4,5	1,5	141
GG: Grupo Grande (85 estudiantes). CH: Actividades de prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes) L: Actividades de laboratorio o prácticas de campo (15 estudiantes) O: Actividades en sala de ordenadores o laboratorio de idiomas (20 estudiantes) S: Actividades de seminario o de problemas en clase (40 estudiantes). TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS). EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.								
Metodologías docentes								
<ul style="list-style-type: none"> - Utilización de material docente en diferentes tipos y formatos. - Discusión de los contenidos. - Aplicación práctica de los conocimientos teóricos a través de los laboratorios, talleres, etc. - Análisis y resolución de problemas prácticos propuestos. - Actividades de seguimiento del aprendizaje. - Autoevaluaciones. - Otras actividades complementarias 								
Resultados de aprendizaje								
<ul style="list-style-type: none"> - Conocer qué es la empresa desde el punto de vista económico y comprender su importancia en la sociedad. - Analizar el proceso de dirección estratégica de las organizaciones. - Examinar la importancia del capital humano en la empresa como fuente de ventaja competitiva. - Aportar conocimientos y herramientas que ayuden al alumno a gestionar una organización empresarial, profundizando en las decisiones de operaciones, financieras y comerciales de una empresa. - Adquirir la capacidad necesaria para encontrar la solución más adecuada entre diferentes alternativas para la toma de decisiones financieras. - Conocer cuáles son los diferentes tipos de decisiones de producción. - Utilizar las variables de marketing-mix para la adopción de decisiones comerciales eficientes. - Aplicar los principios de la gestión adecuados para gestionar una empresa de comunicación y una unidad informativa. 								

Código Seguro De Verificación	AyNkr/ts82cBV8x9twyphg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Javier Trabadela Robles	Firmado	11/07/2024 09:59:36
Observaciones		Página	3/4
Uri De Verificación	https://uex09.unex.es/vfirma/code/AyNkr/ts82cBV8x9twyphg==		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		



Sistemas de evaluación	
<p>Criterios de evaluación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprensión de los contenidos 2. Capacidad de relación de los conceptos y conocimientos adquiridos 3. Aplicación de los conocimientos a los casos y lecturas prácticas 4. Capacidad de razonamiento sobre los conocimientos adquiridos <p>Actividades e instrumentos de evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrega de ejercicios teórico-prácticos relacionados con los contenidos de los temas de teoría. • El examen escrito será a desarrollar y constará de preguntas sobre el conjunto del temario. <p>Parte de teoría: 40% El examen escrito se celebrará en fecha y lugar establecidos por Junta de Facultad. En el examen hay que tener correcto el 50% del mismo para que se considere superado y se pueda sumar la nota obtenida en la parte práctica. Parte práctica: 60% Las 4 prácticas son obligatorias y cuentan, como máximo, 6 puntos de la nota final (1,5 cada una), habiendo que sacar como mínimo 3 puntos para que sea sumada esta nota a la nota del examen.</p> <p>La fecha límite para la entrega de las prácticas 1,2 será la primera semana de abril y para las prácticas 3 y 4, la segunda semana de mayo. Para aprobar la asignatura será necesario obtener una calificación global mínima de 5 (sobre 10) sumando teoría y práctica según los criterios anteriores. Todas las prácticas son recuperables si se entregan una semana antes del día del examen oficial propuesto para cada convocatoria.</p> <p>Los alumnos que lo deseen, y siempre que lo comuniquen a principio de curso a la profesora, podrán optar a la evaluación global. De este modo, en las convocatorias habrá una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de esta suponga la superación de la asignatura.</p> <p>La prueba final supone la realización de un examen global de todo el contenido, teórico y práctico, abordado.</p>	
Bibliografía (básica y complementaria)	
<p>Bibliografía básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - MAYNAR MARIÑO, P. (2007): La economía de la empresa en el Espacio de Educación Superior. McGraw-Hill: Madrid. Bibliografía complementaria: - BUENO CAMPOS, E. (2001): Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización. Ed. Pirámide. - CARRILLO, MV; NUÑEZ, S; TATO, JL et al. (2009) Comunicación y Responsabilidad Social en las organizaciones. Ed. Pearson. - FERNÁNDEZ, E; JUNQUERA, B; DEL BRIO, JA (2008) Iniciación a los negocios. Aspectos directivos. Ed. Paraninfo. - SANTESMASES MESTRE, M. (2007): Marketing: Conceptos y Estrategias. Ed. Pirámide. 	
Otros recursos y materiales docentes complementarios	
<p>La asignatura cuenta con un aula en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura en la que se encuentran incluidos los principales recursos digitales (temas, presentaciones, cuestionarios, casos prácticos, etc.) para el correcto seguimiento de la misma.</p>	

Código Seguro De Verificación	AyNkr/ts82cBV8x9twyphg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Javier Trabadela Robles	Firmado	11/07/2024 09:59:36
Observaciones		Página	4/4
Uri De Verificación	https://uex09.unex.es/vfirma/code/AyNkr/ts82cBV8x9twyphg==		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		

