

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2025/2026

Identificación y características de la asignatura					
Código	500345				
Denominación (español)	Gestión y Administración en Empresas de Comunicación y en Unidades Informativas				
Denominación (inglés)	Management and Administration in Communication Companies and Information Units				
Titulaciones	Grado en Información y Documentación (INDO)				
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación				
Módulo	Formación Básica (INDO) Semipresencial				
Materia	Empresa				
Carácter	Formación básica (INDO)	ECTS	6	Semestre	2
Profesorado					
Nombre		Despacho		Correo-e	
Alba Marín Carrillo		28		albamarin@unex.es	
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad				
Departamento	Información y Comunicación				
Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno)	Alba Marín Carrillo				
Competencias					
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.					
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS					

CE1 - Conocimiento de los principios teóricos y metodológicos para la planificación, organización y evaluación de sistemas, unidades y servicios de información.

CE4 - Comprender y aplicar los principios y las técnicas para la planificación, organización y evaluación de sistemas, unidades y de servicios de información.

CE8 - Comprender y aplicar las técnicas de gestión y marketing de sistemas, unidades y servicios de información.

CE9 - Capacidad de aplicar y valorar las técnicas de planificación, organización y evaluación de sistemas, unidades y servicios de información.

CE12 - Capacidad para analizar, asesorar y formar a productores, usuarios y clientes de servicios de información, así como en los procesos de negociación y comunicación.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT5 - Capacidad de organización y planificación del trabajo propio.

CT6 - Capacidad de trabajar en equipo y de integración en equipos multidisciplinares.

CT8 - Razonamiento crítico en el análisis y la valoración de alternativas.

CT10 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

CT11 - Capacidad para la adaptación a cambios en el entorno.

CT12 - Capacidad para emprender mejoras y proponer innovaciones.

CT13 - Capacidad de dirección y liderazgo.

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.

Contenidos

Descripción general del contenido

Esta asignatura responde a la pregunta de qué es una empresa y describe los aspectos básicos de su gestión y administración. Parte de los conceptos de empresa y empresario. La empresa se concibe como un sistema formado por elementos que interactúan dinámicamente y que se orientan para obtener unos objetivos definidos. Además, la empresa está formada por diferentes subsistemas que desarrollan funciones específicas en la organización empresarial.

Se pretende que el alumno se acerque al mundo de la empresa y que conozca de forma introductoria el contexto de las organizaciones y cómo funcionan, puesto que éste será el escenario en el que terminarán trabajando o pudiendo, incluso, crearlas ellos mismos.

Temario
Denominación del tema 1: La empresa Teoría: 1.Introducción 1.2 La empresa desde el punto de vista macroeconómico 2.La empresa: concepto y funciones 2.1 Evolución histórica de la empresa capitalista 2.2 Elementos constitutivos de la empresa 3.La sociedad de la información y la sociedad del conocimiento Denominación del tema 2: El empresario Teoría: 1.Introducción 2.El empresario en el pensamiento económico clásico 3.El empresario y su papel en la economía actual 3.1 El empresario como profesional de la dirección 3.2 El empresario emprendedor Denominación del tema 3: El mercado y la competitividad de la empresa Teoría: 1.La empresa y el mercado 2.La competitividad de la empresa Denominación del tema 4: La dirección de la empresa Teoría: 1.Concepto de dirección 2.Las funciones de la dirección 2.1 Planificación: concepto y tipos de planes. 2.2 Organización 2.3 Gestión 2.4 Control PRÁCTICA 1 SOBRE TEMA 4. Denominación del tema 5: La dirección de recursos humanos en la empresa Teoría: Introducción 1.Concepto y objetivos de la dirección de recursos humanos. 2.Carácter contingente de la dirección de recursos humanos. 3.La dirección de recursos humanos como responsabilidad de línea y staff 3.1 funciones de la dirección de recursos humanos 4.La gestión del conocimiento y los recursos humanos

- 4.1 el capital humano
- 5.Tendencias en las teorías de recursos humanos
- 6.Los retos de la gestión de recursos humanos

PRÁCTICA 2 SOBRE TEMA 5.

Denominación del tema 6: La dirección comercial en la empresa

Teoría:

- 1.El marketing y las variables del marketing
- 2.Producto
 - 2.1 La marca
- 3.Distribución
- 4.Precio
- 5.Comunicación

7. Repaso general

PRÁCTICA 3 SOBRE TEMAS 1, 2, 3, 4, 5, 6.

PRÁCTICA 4: PRÁCTICA FINAL

Actividades formativas

TEMA	TOTAL	Actividades Presenciales (AP)					Actividades Virtuales (AV)				TP	TA
		GG	CH	L	O	S	CST	CSP	CAT	CAP		
0 intro	4	3	0	0	0	0			1			
1	16	0	0	0	0	0			1			15
2	16	0	0	0	0	0			1			15
3	16	0	0	0	0	0			1			15
4	21	0	0	0	0	0			1	2		18
5	22	0	0	0	0	0			1	1		20
6	25	0	0	0	0	0			2,5	2,5		20
7	4	0	0	0	0	0	3				1	
Evaluación	26	1										25
Totales	150	4					3		8,5	5,5	1	128
		2,67% Presencialidad					97,33% Virtualidad					

Actividades Presenciales (AP)

Actividades que se desarrollan en un único espacio físico y que implican interacción física entre estudiante y docente:

- 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)

Actividades Virtuales (AV)

Actividades que no se desarrollan en un espacio físico común. Pueden ser síncronas (implican interacción estudiante / docente) o asíncronas:

- CST: Clase síncrona teórica.
- CSP: Clase síncrona práctica.
- CAT: Clase asíncrona teórica.
- CAP: Clase asíncrona práctica.

- S: Actividades de seminario o de problemas en clase (40 estudiantes).	
- TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tutorías ECTS). - TA: Trabajo autónomo del estudiante.	
Metodologías docentes	
- 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	
Sistemas de evaluación	
Criterios de evaluación Descripción 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 Actividades e instrumentos de evaluación • 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. 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 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. 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. Los alumnos que lo deseen, y siempre que lo comuniquen a principio de curso a la profesora, podrán optar a la evaluación final. 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. La prueba final supone la realización de un examen global de todo el contenido, teórico y práctico, abordado.	
Resultados de aprendizaje	

Los alumnos sabrán qué es una empresa desde el punto de vista económico y comprenderán su importancia en la sociedad.

- Los alumnos entenderán la importancia del proceso de dirección estratégica de las organizaciones.
- Los alumnos serán conscientes de la importancia del capital humano en la empresa como fuente de ventaja competitiva.
- Se aportarán conocimientos y herramientas que ayuden al alumno a gestionar una organización empresarial, profundizando en las decisiones de operaciones, financieras y comerciales de una empresa.
- Se adquirirá la capacidad necesaria para encontrar la solución más adecuada entre diferentes alternativas para la toma de decisiones financieras.
- Se conocerán las variables de marketing-mix para la adopción de decisiones comerciales eficientes.
- Se podrán aplicar estos conocimientos a la gestión de una empresa de comunicación y una unidad informativa.

Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía básica:

-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

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.