

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2026/2027

Identificación y características de la asignatura					
Código	503636				
Denominación (español)	Administración de Empresas Documentales				
Denominación (inglés)	Management of Documentary Information Organizations				
Titulaciones	Graduado/a en Documentación y Gestión de la Información Digital por la Universidad de Extremadura				
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación				
Módulo	Formación Básica				
Materia	Empresa				
Carácter	Básica	ECTS	6	Semestre	2º
Profesorado					
Nombre	Despacho		Correo-e		
Lidia Andrades Caldito	25, Facultad CC.EE y EE.		andrades@unex.es		
Área de conocimiento	Organización de empresas				
Departamento	Dirección de empresas y sociología				
Resultados de aprendizaje					
Conocimientos y contenidos					
<ul style="list-style-type: none"> • C08. Evaluar la actividad empresarial y los modelos de negocio propios de la economía y la sociedad digital, identificando sus características, oportunidades y desafíos. • C29. Aplicar modelos digitales en medios, servicios de información y marketing. 					
Competencias					
<ul style="list-style-type: none"> • COM01. Analizar y sintetizar información procedente de diversas fuentes. • COM02. Adaptarse a cambios en entornos relacionados con la documentación y la información digital. • COM03. Identificar oportunidades de mejora y formular propuestas innovadoras. • COM04. Integrar principios de sostenibilidad y ODS en la gestión de organizaciones documentales. • COM05. Organizar y planificar el trabajo individual y en equipo. • COM06. Mantener un compromiso ético con la utilización de tecnologías digitales e inteligencia artificial. 					
Habilidades					
<ul style="list-style-type: none"> • HB02. Aplicar principios y técnicas para la planificación y gestión de sistemas, unidades y servicios de información. 					

Contenidos
<p>Descripción general</p> <p>Breve descripción del contenido: La empresa como organización. Modelos de negocio en la economía digital. Innovación y emprendimiento. Marketing digital. Estudio de casos de éxito.</p> <p>La asignatura estudia la empresa como organización en el contexto de la economía digital, con especial atención a los modelos de negocio, la innovación y el emprendimiento en el sector de la información y la documentación. Se abordan las principales estrategias de marketing digital y su aplicación práctica mediante el análisis de casos de éxito relacionados con la gestión documental. El curso capacita al estudiantado para comprender cómo se estructuran, gestionan y desarrollan las empresas de servicios de información en entornos competitivos y tecnológicos en permanente transformación.</p> <p>Se incorporan también enfoques de gestión innovadores orientados al usuario y a la sostenibilidad de los servicios de información, entendidos como pilares para la adaptación de las organizaciones documentales al entorno digital. El componente práctico de la asignatura favorece el desarrollo de competencias en análisis estratégico y en la toma fundamentada de decisiones en contextos empresariales.</p>
Temario
<p>Denominación del tema 1: Tema 1. La empresa documental en la economía digital</p> <p>Contenidos del tema 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa como organización. • Funciones directivas y proceso administrativo. • Tipologías de organizaciones documentales. • Entorno empresarial y transformación digital. • El ecosistema de la información y los contenidos digitales. • Tendencias emergentes en la economía digital. <p>Descripción de las actividades prácticas del tema 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis comparativo de diferentes organizaciones documentales. • Elaboración de un mapa de stakeholders. • Debate sobre la transformación digital de bibliotecas, archivos y centros de documentación. <hr/> <p>Denominación del tema 2: Tema 2. Estrategia y modelos de negocio digitales</p> <p>Contenidos del tema 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección estratégica. • Análisis del entorno competitivo. • Propuesta de valor. • Business Model Canvas. • Plataformas digitales y modelos basados en datos.

- Innovación en servicios de información.

Descripción de las actividades prácticas del tema 2:

- Diseño de un modelo Canvas para una organización documental.
 - Estudio de casos de startups documentales y empresas de contenidos.
 - Aplicación de herramientas de análisis estratégico.
-

Denominación del tema 3: **Tema 3. Innovación y emprendimiento en el sector documental**

Contenidos del tema 3:

- Innovación organizativa y tecnológica.
- Emprendimiento digital.
- Lean Startup.
- Diseño de productos y servicios innovadores.
- Inteligencia artificial aplicada a servicios documentales.
- Sostenibilidad y responsabilidad social.

Descripción de las actividades prácticas del tema 3:

- Diseño de una idea de negocio documental innovadora.
 - Desarrollo de un pitch emprendedor.
 - Uso de herramientas de IA para identificar oportunidades de negocio.
-

Denominación del tema 4: **Tema 4. Marketing digital y experiencia de usuario**

Contenidos del tema 4:

- Fundamentos del marketing digital.
- Comportamiento del usuario digital.
- Posicionamiento y visibilidad online.
- Redes sociales y comunicación digital.
- Analítica web y métricas.
- Gestión de la reputación digital.

Descripción de las actividades prácticas del tema 4:

- Diseño de una estrategia digital para una unidad de información.
 - Elaboración de un plan de contenidos.
 - Análisis de métricas mediante herramientas digitales.
-

Denominación del tema 5: **Tema 5. Gestión y evaluación de organizaciones documentales**

Contenidos del tema 5:

- Dirección de empresas documentales

- Gestión de personal: dirección de equipos, motivación y liderazgo
- Planificación y control.
- Indicadores de rendimiento.
- Calidad y mejora continua.
- Gestión financiera básica.
- Gestión de proyectos documentales.
- Casos de éxito nacionales e internacionales.

Descripción de las actividades prácticas del tema 5:

- Elaboración de un cuadro de mando.
- Análisis de casos reales de organizaciones documentales.
- Presentación grupal de propuestas de mejora.

Actividades formativas

Horas de trabajo del alumno/a por tema		Horas Gran grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	CH	L	O	S	TP	EP
1	29	6	0	1	0	4	0	18
2	29	6	0	1	0	4	0	18
3	30	7	0	1	0	4	0	18
4	30	7	0	2	0	3	0	18
5	30	8	0	1	0	3	0	18
Evaluación	2	2	0	0	0	0	0	0
TOTAL	150	36	0	6	0	18	0	90

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

- Clase magistral. Exposición de contenidos por parte del docente.
- Aplicación de los conocimientos teóricos a través de prácticas realizadas en diferentes contextos (laboratorios, aulas de informática, visitas técnicas a entidades, etc. otros espacios).
- Desarrollo, redacción y análisis, individualmente o en grupo, de trabajos, memorias, ejercicios, problemas, estudios de caso, sobre contenidos y técnicas teórico-prácticos relacionados con la materia.

Sistemas de evaluación

Modalidad de evaluación continua

- Examen final teórico-práctico: 50%

Nota importante: Para superar la asignatura será necesario obtener en el examen final una calificación mínima de 5 sobre 10. Esta exigencia responde a la necesidad de garantizar la adquisición de los resultados de aprendizaje esenciales de la asignatura. Si no se alcanza dicha calificación mínima, no podrá superarse la asignatura, aunque la media

ponderada con el resto de las actividades de evaluación sea igual o superior a 5.

- Proyecto de innovación o modelo de negocio digital: **25%**
- Casos prácticos y actividades aplicadas: **15%**
- Presentaciones, debates y participación activa: **10%**

Modalidad de evaluación global

- Prueba final teórico-práctica que permita acreditar la adquisición de todas las competencias de la asignatura: **100%**

Bibliografía (básica y complementaria)

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Daft, R. L. (2024). *Organization Theory and Design*. Cengage.
- Jones, G. R., & George, J. M. (2023). *Contemporary Management*. McGraw-Hill.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0*. Wiley.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
- Porter, M. E. (2008). *On Competition*. Harvard Business School Press.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup*. Crown Business.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2024). *Management*.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2024). *Digital Marketing*.
- Davenport, T., & Miller, S. (2022). *Working with AI*.
- Drucker, P. (2007). *Management Challenges for the 21st Century*.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

- Campus Virtual UEx.
- Microsoft Teams.
- ChatGPT, Gemini, Claude y otras herramientas de IA generativa para fines educativos.
- Google Analytics.
- Business Model Canvas.
- Informes de IFLA, UNESCO y Europea.
- Repositorios científicos (Dialnet, Scopus, Web of Science, Google Scholar).
- Recursos audiovisuales y estudios de caso actualizados.