

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA. SEMIPRESENCIAL**

**Curso académico: 2017-2018**

Identificación y características de la asignatura				
Código	500345		Créditos ECTS	6
Denominación	Gestión y Administración en Empresas de Comunicación y en Unidades Informativas			
Titulaciones	Grado en Información y Documentación (INDO)			
Centro	Facultad de Biblioteconomía y Documentación			
Semestre	2º	Carácter	Formación básica (INDO)	
Módulo	Formación Básica (INDO) Semipresencial			
Materia	Empresa			
Profesor/es				
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web	
Mª Victoria Carrillo Durán	19B	vicduran@unex.es		
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad			
Departamento	Información y Comunicación			
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Mª Victoria Carrillo Durán			
Competencias básicas en INDO				
<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p> <p>CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p>				
<p><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <p>CE1 - Conocimiento de los principios teóricos y metodológicos para la planificación, organización y evaluación de sistemas, unidades y servicios de información.</p> <p>CE4 - Comprender y aplicar los principios y las técnicas para la planificación, organización y evaluación de sistemas, unidades y de servicios de información.</p> <p>CE8 - Comprender y aplicar las técnicas de gestión y marketing de sistemas, unidades y servicios de información.</p> <p>CE9 - Capacidad de aplicar y valorar las técnicas de planificación, organización y evaluación de sistemas, unidades y servicios de información.</p> <p>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.</p>				
<p><b>COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b></p>				

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.

### Temas y contenidos

#### Breve descripción 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 de la asignatura

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

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

PRÁCTICA 4: PRÁCTICA FINAL

#### Actividades formativas

Horas de trabajo del alumno por tema	Presencial			Actividad de seguimiento	No presencial
	Total	GG	SL	TP	EP
Presentación del plan docente de la asignatura		3			1 h
Estudio de los contenidos del tema 1					10 h
Búsqueda de bibliografía para complementar					4 h
Resumen					1 h
Estudio de los contenidos del tema 2					10h
Búsqueda de bibliografía para complementar					4 h
Resumen					1 h
Estudio de los contenidos del tema 3					10 h
Búsqueda de bibliografía para complementar					4 h
Resumen					1 h
Estudio de los contenidos del tema 4					10 h
Búsqueda de bibliografía para complementar					4 h
Resumen					1 h
Realización de práctica del tema 4					5 h

Estudio de los contenidos del tema 5					10 h
Búsqueda de bibliografía para complementar					4 h
Resumen					1 h
Realización de práctica del tema 5					5 h
Estudio de los contenidos del tema 6					10 h
Búsqueda de bibliografía para complementar					4 h
Resumen					1 h
Realización de práctica 3					10 h
Práctica 4.					10 h
PRACTICA FINAL					
Estudio y preparación del examen final					20 h
Seminario de repaso general			3 h		
Tutorías				1,5 h	
Seminario de evaluación de la marcha de la asignatura			1,5 h		
	150	3	4,5	1,5	141

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

#### 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

#### 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.

#### Sistemas de evaluación

<p><b>Criterios de evaluación</b>  <b>Descripción</b>            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> <p><b>Actividades e instrumentos de evaluación</b>            • 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> <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.</p> <p>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.</p> <p><b>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.</b>  <b>La prueba final supone la realización de un examen global de todo el contenido, teórico y práctico, abordado.</b></p>
--

**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.*

**Horario de tutorías**

**Tutorías Programadas:**  
 Serán comunicadas a los alumnos con suficiente antelación durante el curso.  
**Tutorías de libre acceso:**  
 El horario de tutorías de libre acceso se establecerá para cada semestre dentro de los plazos previstos por la universidad y podrá ser consultado en la web de la Facultad.

### Recomendaciones

- 1<sup>a</sup>) Lectura reflexiva de los apuntes completada con la bibliografía.
- 2<sup>a</sup>) Revisión semanal de apuntes y resolución de dudas con la bibliografía y el profesor.
- 3<sup>a</sup>) Aprovechamiento de las prácticas.
- 4<sup>a</sup>) Estudio global de la asignatura para la realización del examen final.