

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2018-2019

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 IN MASS MEDIA COMPANIES AND NEWS UNITS		
Titulaciones	GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (CAV) GRADO EN INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN (INDO)		
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN		
Semestre	2º	CARÁCTER	BÁSICA
Módulo	FORMACIÓN BÁSICA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (CAV) FORMACIÓN BÁSICA (INDO)		
Materia	EMPRESA		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Francisco M. Generelo Miranda	30	fgenmir@unex.es	http://campusvirtual.unex.es
Área de conocimiento	Organización de Empresas		
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			
Competencias*			
COMPETENCIAS EN CAV			
COMPETENCIAS BÁSICAS			
<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>			

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

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 GENERALES

CG1 - Fomentar la capacidad crítica, analítica y reflexiva en relación al hecho audiovisual, con un conocimiento técnico y estético de las formas, procesos y tendencias de la comunicación visual en nuestro entorno

CG2 - Adquirir un conocimiento básico y generalista de los principales acontecimientos y mensajes que configuran el panorama actual de los medios audiovisuales, de las representaciones icónicas y acústicas y de su evolución. La dimensión espacial de este conocimiento es fundamental en la medida que contribuye a desarrollar la diversidad disciplinaria y la variedad de funciones de la comunicación audiovisual en las sociedades contemporáneas

CG3 - Proporcionar un conocimiento exhaustivo de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases, así como las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones creativas y profesionales en el campo de la comunicación y de la gestión de los recursos tecnológicos y humanos en las empresas del sector.

CG4 - Adquirir las destrezas necesarias para expresarse con claridad y coherencia en la propia lengua, así como tener conocimiento de otros idiomas, en particular el inglés, para comunicarse en su ejercicio profesional

CG5 - Adquirir las destrezas necesarias para trabajar en empresas asociadas a la industria audiovisual y en organizaciones que demandan servicios, planes y estrategias de comunicación

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2 - Conocer el uso correcto oral y escrito de las lenguas propias y del inglés para comunicación audiovisual.

CT5 - Tener la 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.

CT7 - Tener la habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de trabajos e investigaciones, de manera oral o con ayuda de medios conforme a los cánones de las disciplinas de comunicación.

CT9 - Tener la capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.

CT11 - Tener capacidad de trabajar en equipo y de comunicar las propias ideas, así como la capacidad de integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.

CT15 - Tener la capacidad para establecer orden y método: habilidad para la organización y temporalización de tareas, tomando decisiones prioritarias en los

diferentes procesos y estrategias de comunicación.

CT16 - Tener la capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE10 - Tener la capacidad de identificar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales

CE19 - Tener la capacidad de planificar estrategias de comunicación al servicio de los intereses de empresas, instituciones y medios de comunicación

CE32 - Tener la capacidad para reunir e interpretar datos relevantes dentro del área de estudio de la comunicación audiovisual, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

COMPETENCIAS EN INDO

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 TRANSVERSALES

CT1 - Capacidad de análisis y de síntesis aplicadas a la gestión y organización de la información

CT2 - Capacidad de uso y adaptación de diversas técnicas de comunicación oral y escrita con los usuarios de la información.

CT5 - Capacidad de organización y planificación del trabajo propio.

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

CT10 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

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

CT12 - Capacidad para emprender mejoras y proponer innovaciones.

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

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

Contenidos

Breve descripción del contenido*

Esta asignatura describe los aspectos básicos de la gestión y administración de empresas partiendo de los conceptos de empresa y empresario. La empresa se concibe como un sistema formado por elementos que interactúan dinámicamente y se orientan para obtener unos objetivos definidos. Además, la empresa está formada por diferentes subsistemas que desarrollan funciones específicas de la organización empresarial. Dirección estratégica. Dirección de marketing. Dirección de operaciones. Dirección financiera. Dirección Comercial Dirección de recursos humanos.

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: **La empresa y el empresario**

Contenidos del tema 1:

Teoría: La empresa: concepto, elementos y funciones; La figura del empresario; Clases de empresas; Objetivos de la empresa; El entorno empresarial; La empresa como sistema: principales subsistemas empresariales.

Práctica: Análisis de casos.

Denominación del tema 2: **El entorno empresarial**

Contenidos del tema 2: Concepto de entorno empresarial; Factores del microentorno, Factores del macroentorno; Dirección del entorno.

Práctica: Análisis de casos.

Denominación del tema 3: **La dirección de la empresa**

Contenidos del tema 3:

Teoría: El subsistema de dirección; La dirección estratégica; El proceso de planificación estratégica.

Práctica: Análisis de casos.

Denominación del tema 4: **Decisiones de inversión-financiación**

Contenidos del tema 4:

Teoría: El patrimonio y el balance de la empresa; La estructura económica y financiera de la empresa; Principio de equilibrio económico-financiero: fondo de rotación; Análisis de ratios. Fuentes de financiación de la empresa: autofinanciación, financiación externa, financiación por deuda, las ayudas públicas

Práctica: Realización de problemas

Denominación del tema 5: **La dirección de operaciones**

Contenidos del tema 5:

Teoría: Concepto y objetivos de la dirección de operaciones; Decisiones del director de operaciones; El diseño y desarrollo de productos; Localización de las instalaciones; Selección y diseño del proceso y la tecnología; Distribución física de las instalaciones; La gestión de la calidad; Planificación y control de proyectos.

Práctica: Realización de problemas. Análisis de casos.

Denominación del tema 6: **Dirección comercial: el marketing-mix**

Contenidos del tema 6:

Teoría: Concepto de marketing; Definición del mercado de la empresa; Decisiones sobre el producto; Decisiones sobre el precio; Decisiones sobre la distribución;

Decisiones sobre la promoción/comunicación. La dirección de marketing.
Práctica: Análisis de casos.

Denominación del tema 7: **La dirección de recursos humanos en la empresa**

Contenidos del tema 7:

Teoría: El capital humano como fuente de ventaja competitiva; La gestión de recursos humanos por competencias; El análisis de puestos de trabajo; La estrategia y las políticas de recursos humanos.

Práctica: Análisis de casos.

Denominación del tema 8: **Emprendimiento**

Contenidos del tema 8:

Teoría: Cultura emprendedora; Perfil emprendedor; La idea de negocio; Plan de empresa.

Práctica: Plan de empresa.

Actividades formativas*

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento o	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
1	12	4			8
2	12	4			8
3	17	5	2		10
4	34	10	2	0,5	21,5
5	18,5	6		0,5	12
6	15	5			10
7	18,5	6	2	0,5	10
8	21	5,5	1,5		14
Evaluación del conjunto	2	2			
Total	150	47,5	7,5	1,5	93,5

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*

1. Explicación en clase de los temas programados
2. Utilización de material docente en diferentes tipos y formatos.
3. Discusión de los contenidos.
4. Aplicación práctica de los conocimientos teóricos a través de los laboratorios, talleres, etc.
5. Análisis y resolución de problemas prácticos propuestos.
6. Actividades de seguimiento del aprendizaje.

- 8. Autoevaluaciones.
- 10. Trabajo en grupo.
- 12. Otras actividades complementarias.

Resultados de aprendizaje*

Resultados de aprendizaje CAV

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 del marketing-mix para la adopción de decisiones comerciales eficientes.
 Incentivar la capacidad emprendedora del alumno, conociendo experiencias de otros emprendedores, así como aprender a realizar un plan de empresa a lo largo del curso.

Resultados de aprendizaje INDO

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.

Sistemas de evaluación*

Descripción de las actividades de evaluación

Hay DOS SISTEMAS de evaluación:

- A. EVALUACIÓN ORDINARIA (CON EVALUACIÓN CONTINUA)**
- B. EVALUACIÓN GLOBAL (SIN EVALUACIÓN CONTINUA)**

El estudiante deberá optar por uno de los dos sistemas de evaluación y comunicarlo por escrito obligatoriamente al profesor durante las tres primeras semanas del semestre. Si no lo hiciera, se entenderá que elige el sistema de evaluación ordinaria

(con evaluación continua).

A. EVALUACIÓN ORDINARIA (CON EVALUACIÓN CONTINUA).

En este sistema de evaluación se utilizarán los siguientes instrumentos:

1. PRUEBA ESCRITA: Supone el 70% de la calificación final de la asignatura. Tiene carácter recuperable, es decir, si un alumno suspende, puede recuperar en la convocatoria siguiente. La Prueba Escrita consta de:

1. Examen Final: se realizará en la fecha fijada por el Centro en su calendario oficial de exámenes. El examen final se estructura como un cuestionario de preguntas tipo test, de elección múltiple, y/o preguntas cortas/de desarrollo y/o problemas.

En las cuestiones de desarrollo se valorará principalmente la capacidad de síntesis, expresión, comprensión y la ausencia de faltas ortográficas en la redacción de los conceptos, así como la capacidad para relacionarlos con el resto de conocimientos del curso. En las preguntas tipo test, las respuestas incorrectas restan puntos.

En la resolución de problemas se evaluarán los conocimientos teóricos-prácticos y las habilidades adquiridas, la claridad en la presentación y en el planteamiento del problema, el cálculo final correcto de la solución, la adecuada interpretación de resultados, así como la comprensión de los temas expuestos en clase y del material complementario.

2. EVALUACIÓN CONTINUA: Supone el 30% de la calificación final de la asignatura. Se desarrollará a lo largo del cuatrimestre, y no es recuperable. Engloba los siguientes instrumentos de evaluación: Resolución y entrega de actividades, problemas, trabajos, casos prácticos, etc.: se valorará la participación y asistencia del alumno a las clases teóricas y a las prácticas, entrega de casos, controles sobre la teoría y práctica, trabajos en grupo, defensa de trabajos en el aula, resolución de problemas en clase, comentarios. Si se realizaran controles a lo largo del curso, éstos no serán eliminatorios, debiendo realizar todos los alumnos el examen final escrito. La realización correcta y puntual (en los plazos fijados) de las actividades de aprendizaje poder ser propuestas tanto presencialmente como a través del Campus Virtual de la asignatura. Este instrumento supone el 30% de la calificación final de la asignatura.

La nota obtenida en el proceso de evaluación continua se mantendrá en todas las convocatorias del presente curso académico.

Para superar la asignatura es necesario obtener una puntuación mínima de 5 puntos (de un total de 10), se necesita obtener, al menos, 4,5 puntos (sobre diez) en cada una de las partes, examen escrito y evaluación continua, para hacer media entre ellas.

Durante el curso contaremos con la charla de profesionales relacionados con la economía, charlas muy formativas que llevarán consigo trabajos de comprensión.

B. EVALUACIÓN GLOBAL (SIN EVALUACIÓN CONTINUA)

En este caso, no se evaluará al estudiante de ninguna actividad a lo largo del curso,

y deberá enfrentarse sólo a una prueba global final que se llevará a cabo según lo previsto en el calendario de exámenes aprobado en el Centro. Esta prueba global final evaluará al alumno del 100% de las competencias de la asignatura, y por tanto supondrá el 100% de la calificación de la asignatura. En esta prueba global se utilizarán los siguientes instrumentos:

1. **PRUEBA ESCRITA:** la Calificación de la Prueba Escrita supone el 100% de la calificación final y es necesario obtener en esta prueba una **nota igual o superior a 5**, en una escala 0-10 para aprobar la asignatura. La Prueba Escrita se realizará en la fecha fijada por el Centro en su calendario oficial de exámenes. El examen final se estructura como un cuestionario de preguntas tipo test, de elección múltiple, y/o preguntas cortas/de desarrollo y/o problemas, casos prácticos, casos de decisión. Tiene carácter recuperable, es decir, si un alumno suspende, puede recuperar en la convocatoria siguiente.

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:

- BRUNET ICART, I. y VIDAL SUÑÉ, A. (2004): Empresa y recursos organizativos. Pirámide

- BUENO CAMPOS, E. (2001): Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización. Ed. Pirámide.

- CASTILLO CLAVERO, A.M. (2003): Introducción a la economía y administración de empresas. Ed. Pirámide

- CHAMORRO A. Y GONZÁLEZ, O. (2005): Aplicaciones de marketing. Ed. Abecedario.

- GONZÁLEZ PASCUAL, J. (2003): Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera, Ed. Pirámide.

- GONZÁLEZ DOMINGUEZ, F.J. Y GANZAZA VARGAS J.D. (2007): Principios y fundamentos de gestión de empresas. Ed. Pirámide.

- ISABEL DOPACIO, C. (2004): Fundamentos y aplicación de la economía de la empresa; EAT Ediciones, Madrid.

- LUQUE DE LA TORRE, M.A. y otros (2001): Curso práctico de economía de la empresa. Ed. Pirámide

- MIRANDA GONZÁLEZ F.J. Y OTROS (2006): Manual de dirección de operaciones. Ed. Thomson.

- SESTO PEDREIRA, M. (2003): Introducción a las finanzas. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

- SANTESMASES MESTRE, M. (2007): Marketing: Conceptos y Estrategias. Editorial Pirámide.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Enlaces de interés:

- AENOR: <http://www.aenor.es>
- American Supplier Institute: <http://www.asispain.com>
- Asociación Española de la Calidad: <http://www.aec.es>
- Asociación para la gestión del conocimiento: <http://www.gestiondelconocimiento.com>
- Censo mercados electrónicos: <http://emarketservices.icex.es/icex>
- Centro Español de Logística (CEL): <http://www.cel-logistica.org>
- Club Español de la Calidad: <http://www.clubcalidad.es>
- European Foundation for Quality Management (EFQM): <http://www.efqm.org>
- Grupo Irizar: <http://www.irizar.com>
- Grupo mercado: <http://mercado.unex.es>
- Instituto comercio exterior: <http://www.icex.es>
- Instituto Juran: <http://www.juran.com>
- International Standard Organization: <http://www.iso.ch>
- Las quinientas mayores empresas del mundo según el diario Financial Times (mes de Mayo de 2002): <http://specials.ft.com/ft500/may2002/index.html>
- Product Development and Management Association (PDMA): <http://www.pdma.org>
- Prototipos rápidos y moldes: <http://www.protorapid.com>
- Revista Robotiker: <http://revista.robotiker.com>
- SigSigma Forum: <http://www.sixsigmaforum.com>
- Sociedad Americana de Producción y Control de Inventarios (APICS): <http://www.apics.org>
- Organización Internacional del trabajo: <http://www.ilo.org/public/spanish>
- Organización Mundial de la salud: <http://www.who.int/es/index.html>

Diarios:

- <http://www.negocios.com/gaceta>
- <http://online.wsj.com/public/us>
- <http://economist.com/index.html>
- <http://cincodias.com/>
- <http://expansion.es>

Horario de tutorías

Tutorías programadas:

Fechas, horas y grupos por determinar: consultar web de la asignatura para establecer los grupos. Se realizarán 3 sesiones de media hora a lo largo del semestre.

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

- Asistencia a clase con intención de aprender y participar
- Revisión semanal de apuntes y resolución de dudas con la bibliografía y el profesor.
- Aprovechamiento de las prácticas.
- Estudio global de la asignatura para la realización del examen final.

El medio para el intercambio de documentos y entrega de algunos trabajos será la plataforma *Campus Virtual* de la UEx, a través de la cual se pondrá a disposición del alumno recursos para su estudio, y se establecerán las fechas de entrega de trabajos, creación de foros, actividades, etc.

El profesor comunicará a través del foro, del Campus Virtual, distintas noticias de interés, por lo que es recomendable consultar frecuentemente el correo electrónico, facilitado por la UEx, para un correcto seguimiento de la asignatura.