

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2019/2020

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		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
MARÍA 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)			

Competencias*
<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>CE8 - Comprender y aplicar las técnicas de gestión y marketing de sistemas, unidades y servicios de información.</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.

<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*
<p>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.</p>
Temario de la asignatura
<p>Denominación del tema 1: La empresa Teoría:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>Denominación del tema 2: El empresario Teoría:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>Denominación del tema 3: El mercado y la competitividad de la empresa Teoría:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.La empresa y el mercado 2.La competitividad de la empresa <p>Denominación del tema 4: La dirección de la empresa Teoría:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>PRÁCTICA 1 SOBRE TEMA 4.</p> <p>Denominación del tema 5: La dirección de recursos humanos en la empresa</p>

Actividades formativas*								
Horas de trabajo del alumno por tema		Horas teóricas	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total		GG	PCH	LAB	ORD	SEM	TP
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 (100 estudiantes).
PCH: prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)
LAB: prácticas laboratorio o campo (15 estudiantes)
ORD: prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas (30 estudiantes)
SEM: clases problemas o seminarios o casos prácticos (40 estudiantes).
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*

- 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.

Sistemas de evaluación*

- Criterios de evaluación
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

** Indicar el número total de horas de evaluación de esta asignatura.

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.

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.