

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2019/2020

Identificación y características de la asignatura			
Código	500345 / 502963	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 EN PERIODISMO (PER) GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (CAV) GRADO EN INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN (INDO)		
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN		
Semestre	2º	Carácter	OBLIGATORIA
Módulo	FORMACIÓN BÁSICA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (CAV) FORMACIÓN BÁSICA (INDO) Y FORMACIÓN BÁSICA (PERIODISMO)		
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 PERIODISMO			
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>			

* 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.

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 GENERALES

CG2 - Valorar los datos relevantes para la formulación de juicios sobre temas de índole social, científica o ética.

CG6 - Demostrar las destrezas necesarias para trabajar en empresas y organizaciones periodísticas que demandan servicios de comunicación.

CG7 - Entender y planificar el proceso de producción informativa.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2 - Producir trabajo en equipo como método de aprendizaje responsable y cooperativo.

CT5 - Crear una conciencia solidaria a través del respeto por las diferentes personas y culturas; la igualdad de oportunidades y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad, así como una cultura de paz, los principios democráticos y el respeto por los derechos humanos.

CT7 - Demostrar capacidad para liderar proyectos profesionales conforme a los principios de la responsabilidad social.

CT8 - Generar capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales y laborales.

CT10 - Desarrollar orden y método en el trabajo profesional: jerarquización, organización y temporalización de tareas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE4 - Valorar la estructura del mercado de la comunicación y su influencia en la actividad periodística, en relación con la titularidad del medio.

COMPETENCIAS EN CAV

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 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: 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.

Descripción de las actividades prácticas del tema 1: 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.

Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Análisis de casos

Denominación del tema 3: **La dirección de la empresa**
 Contenidos del tema 3: El subsistema de dirección; La dirección estratégica; El proceso de planificación estratégica.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Análisis de casos

Denominación del tema 4: **Decisiones de inversión-financiación**
 Contenidos del tema 4: 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.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Realización de problemas

Denominación del tema 5: **La dirección de recursos humanos en la empresa**
 Contenidos del tema 5: 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.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 5: Análisis de casos.

Denominación del tema 6: **La dirección de operaciones**
 Contenidos del tema 6: Concepto y objetivos de la dirección de operaciones; Decisiones del director de operaciones; Selección y diseño del proceso y la tecnología; La gestión de la calidad; Planificación y control de proyectos.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 6: Realización de problemas. Análisis de casos.

Denominación del tema 7: **La dirección comercial: el marketing-mix**
 Contenidos del tema 7: 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.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 7: Análisis de casos

Denominación del tema 8: **Emprendimiento**
 Contenidos del tema 8: Cultura emprendedora; Perfil emprendedor; La idea de negocio; Plan de empresa
 Descripción de las actividades prácticas del tema 8: Plan de empresa

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	EP
1	12	4						8
2	12	4						8
3	16	5				2,5		8,5
4	33	10				2,5		20,5
5	16,5	6				2,5		8
6	13	5					1	7
7	16,5	6					0,5	10
8	19	5,5						13,5
Evaluación **	12	2						10
TOTAL	150	47,5				7,5	1,5	93,5

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)

<p>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.</p>
Metodologías docentes*
Metodologías docentes (PER)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis y resolución de problemas prácticos. 2. Actividades de seguimiento del aprendizaje. 3. Lecturas obligatorias. 4. Discusión de contenidos en clase. 5. Trabajo en grupo. 6. Explicación en clase de los temas programados.
Metodologías docentes (INDO)
<ol style="list-style-type: none"> 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.
Metodologías docentes (CAV)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lección magistral participativa. 2. Explicación y discusión de los contenidos. 3. Presentación de casos. 4. Talleres de aprendizaje. 5. Prácticas en laboratorios. 6. Trabajos en grupo. 7. Reuniones en pequeños grupos. 8. Reuniones individuales. 9. Estudio individual del alumno. 10. Resolución de problemas y casos por medio de la reflexión y el análisis. 11. Asistencia a conferencias y actividades complementarias como visitas.
Resultados de aprendizaje*
Resultados de aprendizaje PER
<p>Definir el concepto de empresa desde el punto de vista económico y de su importancia social. Analizar el proceso de dirección estratégica de las organizaciones empresariales. Valorar la importancia del capital humano como elemento empresarial. Demostrar la capacidad necesaria para la toma de decisiones entre diferentes alternativas económicas y financieras. Definir y ejecutar un plan de empresa en el contexto de los medios de comunicación.</p>

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.
 Aplicar los principios de la gestión adecuados para gestionar una empresa de comunicación y una unidad informativa.

Sistemas de evaluación*

Descripción de las actividades de evaluación

Se plantean 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 **50%** de la calificación final de la asignatura, y es un requisito básico para poder computar en la nota final de la asignatura la calificación obtenida en el apartado "2: Evaluación continua". Es decir, **aprobar la prueba escrita es una condición necesaria para poder aprobar la asignatura**. Tiene carácter recuperable, es decir, si un alumno suspende, puede recuperar en la convocatoria siguiente. 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. 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.

Para aprobar la prueba escrita se requiere una nota igual o superior a 5, en una escala 0-10.

2. **EVALUACIÓN CONTINUA:** Supone el **50%** 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 pueden ser propuestas tanto presencialmente como a través del Campus Virtual de la asignatura.

La calificación obtenida en el proceso de evaluación continua se mantendrá en todas las convocatorias del presente curso académico y solo computará para el cálculo de la calificación final de la asignatura cuando el alumno haya aprobado la Prueba Escrita.

LA CALIFICACIÓN FINAL (CF) DE LA ASIGNATURA SERÁ:

- Si el alumno ha aprobado la Prueba Escrita:

$$CF = 0.5 \times (CPE) + 0.5 \times (CEC)$$

Siendo:

CF: Calificación Final

CPE: Calificación de la Prueba Escrita

CEC: Calificación de la Evaluación Continua

- Si el alumno no ha aprobado la Prueba Escrita:

$$CF = CPE$$

Para aprobar la asignatura, la calificación final (CF) debe ser igual o mayor que 5.

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>