

EMPRESAS DE COMUNICACIÓN Y MODELOS DE NEGOCIO

CURSO: TERCERO

SEMESTRE: PRIMERO

TIPO: OBLIGATORIA

CRÉDITOS: 6

IDIOMA: CASTELLANO

DOCENTE: [ELENA MIR](#)

OBJETIVOS:

La asignatura de empresas de comunicación y modelos de negocio, dada su configuración, permite comprender los conceptos claves de la empresa de comunicación, como sus elementos, finalidades, entorno, organización y sus diferentes tipos de empresa, como la empresa radiofónica, televisión, prensa, publicidad entre otras. Como también conocer la gran transformación que nos lleva la tecnología a nuevos modelos de negocio o empresa. Asimismo, se centra en el proceso necesario para la creación de una empresa dentro del sector: desde la ideación, hasta el desarrollo del Business Plan.

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- **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 del área de su estudio, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

GENERALES:

- **CG4** - Diseñar y desarrollar nuevas ideas y proyectos que incorporen conceptos y metodologías innovadoras.
- **CG5** - Detectar nuevos estímulos y formular nuevos retos que permitan adaptarse a los cambios y a los obstáculos de manera positiva y creativa.
- **CG6** - Mostrar capacidad de resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por la Ciencias Sociales.

ESPECIFICAS:

- **CE3** - Conocer e interpretar el marco legal de la comunicación, la ética y la deontología profesional, en el marketing, la publicidad y las relaciones públicas y aplicarlo a empresas de estos sectores.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

- **R1.** Identifica y analiza las estructuras societarias existentes.
- **R2.** Elige la estructura societaria más adecuada a una situación concreta.
- **R3.** Interpreta las principales normas jurídicas que afectan a la creación y puesta en marcha de una empresa.
- **R4.** Analiza la organización interna y las funciones de los distintos departamentos que componen la empresa publicitaria.
- **R5.** Detecta las necesidades del mercado y oportunidades de negocio.
- **R6.** Diseña un plan estratégico de negocio.
- **R7.** Distingue y analiza las principales fuentes de financiación.
- **R8.** Puede, mediante argumentos o procedimientos elaborados y sustentados por él mismo, aplicar sus conocimientos, la comprensión de estos y sus capacidades de resolución de problemas en ámbitos laborales complejos o profesionales y especializados que requieren el uso de ideas creativas e innovadoras

CONTENIDO:

1. Introducción a la empresa y a la empresa de comunicación
2. Los medios de comunicación escrita y audiovisual.
3. La comunicación y publicidad para empresas (las agencias)
4. Nuevos modelos de empresas de comunicación
5. Business Plan

- 5.1. Resumen ejecutivo
- 5.2. Descripción del producto y valor distintivo
- 5.3. Mercado potencial. Tendencias y oportunidades de negocio.
- 5.4. Competencia
- 5.5. Estructura financiera.
- 5.6. Estructura directiva y roles.
- 5.7. Estado de desarrollo y plan de implantación
- 5.8. Alianzas estratégicas
- 5.9. Estrategia de marketing y ventas
- 5.10. Responsabilidad ética y social del empresario.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Habrá **un único examen teórico** que tendrá un valor del 30% de la nota final, el 70% restante se obtendrá de tres actividades, de la asistencia y la participación activa en clase, además de la exposición oral de uno de los trabajos y de otras actividades que el profesor pueda proponer durante el desarrollo de la asignatura.

Importante: Cada falta de ortografía en la presentación de actividades supondrá una penalización de 0,10 puntos y se admitirán un máximo de 20 faltas por actividad.

- **Examen Teórico: 30%** - Nota mínima para aprobar 5/10 (cinco sobre 10). Susceptible de recuperación mediante la realización de un examen complementario, siempre y cuando el alumno haya desarrollado correctamente el

resto de la evaluación continua. Es imprescindible que este examen esté aprobado para hacer media con el resto de las calificaciones provenientes de las actividades y del trabajo en grupo.

- **Actividad A: 10%.** Trabajo individual obligatorio. El alumno deberá realizarlo y entregarlo en la fecha estipulada para poder acreditar el correcto desarrollo de la evaluación continua. NO RECUPERABLE.
- **Actividad B: 10%.** Trabajo grupal obligatorio. El alumno deberá realizarlo y entregarlo en la fecha estipulada para poder acreditar el correcto desarrollo de la evaluación continua. NO RECUPERABLE.
- **Trabajo en Grupo (Business Plan) NO RECUPERABLE: 40%** Trabajo obligatorio. Los alumnos deberán realizarlo y efectuar las distintas entregas para su seguimiento por parte del docente en las fechas estipuladas, para el correcto seguimiento de este por parte del profesor y para el correcto seguimiento de la propia asignatura y su evaluación continua por parte de los estudiantes. Esta parte del desarrollo tendrá un valor del 40%.
- **Exposición oral obligatoria.** Los alumnos podrán efectuar la exposición, siempre y cuando hayan realizado las entregas parciales del Trabajo en Grupo. Esta parte del trabajo en Grupo tendrá un valor del **10%**.

El docente tendrá en consideración la evolución, progreso, proactividad, esfuerzo y desarrollo de la evaluación continua de cada estudiante; además de tener en cuenta la Asistencia y la participación activa en las horas lectivas. Se tendrá especial consideración de los aportes efectuados por los estudiantes.

El estudiante que no acuda a alguno de los exámenes sin una justificación por causa de fuerza mayor presentada en Coordinación o Tutoría Académica perderá la convocatoria y se le emplazará a realizarlo en periodo de complementaria, en el caso de que reúna los requisitos de la misma. En el caso de acreditar la causa de fuerza mayor, acudirá a realizar en la fecha de complementaria, pero seguirá conservando una convocatoria. De tal forma, en el caso de suspender el examen en complementaria, volverá a tener otra oportunidad antes del cierre de actas.

El estudiante que no acuda a una exposición y no justifique al docente la causa de fuerza mayor, perderá la convocatoria.

El estudiante que no entregue una actividad en la fecha indicada y no justifique al docente la causa de fuerza mayor, perderá la convocatoria. **La actividad será evaluada únicamente si se encuentra en el Aula Virtual de Eserp.**

Vinculación de las competencias, resultados de aprendizaje y horas de dedicación de los estudiantes al sistema de evaluación de la asignatura:

| Actividad | Evaluación | Competencias y RA evaluadas | Condicionante | Dedicación |
|--|-------------------|---|---|-------------------|
| Actividad 1 Análisis empresarial de una empresa de comunicación existente. | 10,00% | Competencias: CB2+CB3+CG5 Resultados de aprendizaje: R1+R3+ R4+R5 | INDIVIDUAL. Entrega en fecha estipulada. No recuperable (una de las dos obligatoria de presentar y aprobar) | 10 horas |
| Actividad 2 Caso práctico | 10,00% | Competencias: CB3, CG6, CE3 Resultados de aprendizaje: R1, R3, R7, R8 | GRUPAL. Entrega en fecha estipulada. No recuperable (una de las dos obligatoria de presentar y aprobar) | 15 horas |
| Trabajo en grupo Business Plan | 40,00% | Competencias: CB2, CG4, CG6, CE3 Resultados de aprendizaje: R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8 | Grupos de 3-4 alumnos Entrega obligatoria No recuperable | 50 horas |
| Exposición del trabajo en grupo | 10,00% | Competencias: CB2, CG4, CG6, CE3 Resultados de aprendizaje: R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8 | La presentación está condicionada a la entrega del trabajo escrito. No recuperable | 5 horas |
| Examen | 30,00% | Competencias: | INDIVIDUAL. Obligatorio | 20 horas |

| | | | |
|-------------------------------|--|---|-----------|
| | CB2, CE3 Resultados de aprendizaje: R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8 | Aprobado en el 5. Recuperable siempre que se haya cumplido con la evaluación continua: 2 actividades + trabajo en grupo y presentación | |
| HORAS DE CLASE | | | 60 horas |
| TOTAL HORAS DEDICACIÓN | | | 160 horas |

Exámenes complementarios: del 20 al 31 de enero de 2020 (a determinar)

METODOLOGÍA

La asignatura es presencial y combina los conocimientos teóricos con su puesta en práctica. A lo largo de las sesiones de clase, el profesor expondrá contenidos del programa mediante el uso de diferentes metodologías de aprendizaje, además de efectuar actividades formativas en grupo para complementar y poner en práctica los conocimientos adquiridos. Asimismo, los alumnos deberán realizar actividades individuales durante las horas de trabajo personal.

Por otra parte, durante las horas de trabajo personal, los alumnos realizarán por grupos **un trabajo final de la asignatura** que deberán exponer al final del periodo lectivo de la misma. Para ello, los alumnos dispondrán de horas de tutoría con el profesor a fin de supervisar y encaminar el desarrollo del proyecto.

Por último, se recomienda al alumno que dedique cada semana unas horas de trabajo personal a esta asignatura para poder ir consolidando los conocimientos adquiridos en cada uno de los temas. Este trabajo personal consistirá en realizar un repaso de los aspectos teóricos tratados en clase y complementarlos con la bibliografía.

CUMPLIMIENTO DE HORARIOS Y LISTADOS DE ASISTENCIA

Las clases se iniciarán y finalizarán con puntualidad, de acuerdo con el horario previsto, al igual que exigirá al alumnado que sea puntual. Una vez iniciada la clase no se permitirá el acceso o la salida de ningún/a alumno/a, salvo motivo justificado.

Esta circunstancia no ha de motivar la interrupción de la clase, con el consiguiente perjuicio para el resto de los/las alumnos/as. En el caso en el que se considere imprescindible que el estudiante acceda a la sesión, no se retirará la falta de asistencia.

Los/as alumnos/as entregarán al Docente los justificantes de las faltas de asistencia siempre y cuando sólo afecten a su clase. En el caso de que se correspondan a periodos mayores o que afecten a diferentes asignaturas, se entregarán al Tutor de clase.

No se aceptará ninguna justificación después de 15 días de haberse producido la ausencia.

Para poder presentarse al examen teórico se requiere un 80% de asistencia en la asignatura, por tanto, aquellos estudiantes con un 20% de faltas no justificadas perderán este derecho, pues dejan de cumplir el requisito para ser evaluados, pasando directamente a la convocatoria de complementaria (en caso de haber presentado el resto de la evaluación continua con normalidad, cumpliendo los mismos requisitos que el resto de sus compañeros).

BIBLIOGRAFÍA

- Esteban Lloret, Nuria N. (2012). **Administración de empresas de Comunicación**. Diego Marin Librero-Editor, S.L.

- Ecosistema Emprendedor (varios autores) (2013). **Más allá del Business Plan**. LID, Editorial Empresarial.

- Aguado, G (et aliter) (2008). **Organización y gestión de la empresa informativa**. Editorial Síntesis.

- Pérez Gorostegui, Eduardo (2017). **Curso de Economía de la empresa. Introducción**. Editorial Universitaria Ramón Areces.

: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n39/carrillotato.html>).

Recursos web

- *Revolutions in Communication. Media History from Gutenberg to the Digital Age* (en línea): <http://www.environmentalhistory.org/revcomm/>
- Quiosco Digital: <http://kiosko.net/es/>