

## 1. DATOS BÁSICOS

|                            |                        |
|----------------------------|------------------------|
| <b>Asignatura</b>          | GESTIÓN EMPRESARIAL    |
| <b>Titulación</b>          | Grado en Publicidad    |
| <b>Escuela/ Facultad</b>   | Ciencias Sociales      |
| <b>Curso</b>               | 1º                     |
| <b>ECTS</b>                | 6 ECTS (150 Horas)     |
| <b>Carácter</b>            | Básica                 |
| <b>Idioma/s</b>            | Español                |
| <b>Modalidad</b>           | PRESENCIAL             |
| <b>Semestre</b>            | S1                     |
| <b>Curso académico</b>     | 2024/2025              |
| <b>Docente coordinador</b> | Violeta De Vera Martín |

## 2. PRESENTACIÓN

La asignatura tiene por objeto que el alumnado comprenda el funcionamiento de la empresa como sistema abierto, desde la perspectiva de los principios sobre los que se asienta la microeconomía.

Se pretende que se alcancen los siguientes objetivos con esta materia:

- Que el alumnado asimile los conocimientos básicos de la empresa entendiendo esta como un sistema abierto capaz de adaptarse a las necesidades del entorno en el que opera.
- Se analizarán las áreas funcionales de la organización, las principales teorías sobre la empresa, el concepto de empresario y su evolución, así como las principales variables del entorno que afectan a las empresas en una economía de mercado, todo ello tanto desde un punto de vista general como desde la perspectiva de la industria publicitaria.
- Que el alumnado entienda el impacto de la publicidad como actividad económica.
- Al finalizar el curso, el alumnado comprenderá los aspectos básicos de la Economía de la Empresa, lo cual le servirá de base para afrontar con éxito el resto de las asignaturas que componen su grado.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

**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: Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
- CT2: Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
- CT3: Conciencia de los valores éticos: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
- CT4: Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
- CT5: Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.
- CT6: Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
- CT7: Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
- CT8: Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
- CT9: Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
- CT10: Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.

#### **Competencias específicas:**

- CE1: Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
- CE2: Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
- CE6: Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.
- CE7: Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto de comunicación publicitaria.

- CE8 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.

#### Resultados de aprendizaje:

- RA1: El alumno será capaz de interpretar el impacto de la actividad publicitaria en la economía.
- RA2: El alumno estará capacitado para utilizar las herramientas básicas de la ciencia económica para aplicarlas dentro de la empresa publicitaria.
- RA3: Ser capaz de elaborar informes escritos y realizar presentaciones eficaces, tanto en inglés como en lengua española, relacionados ambos con el ámbito profesional publicitario.
- RA4: Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.
- RA5: Podrá transmitir información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios, proveedores, responsables directos...

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

| Competencias                                     | Resultados de aprendizaje  |
|--|--|
| CB1, CB5   | RA1: El alumno será capaz de interpretar el impacto de la actividad publicitaria en la economía.   |
| CB1, CB5, CE1, CE2                               | RA2: El alumno estará capacitado para utilizar las herramientas básicas de la ciencia económica para aplicarlas dentro de la empresa publicitaria.                                   |
| CB1, CB2, CB4, CT1, CT7, CT9, CE1, CE2, CE7      | RA3: Ser capaz de elaborar informes escritos y realizar presentaciones eficaces, tanto en inglés como en lengua española, relacionados ambos con el ámbito profesional publicitario. |
| CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT8                     | RA4: Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.   |
| CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT7, CT9, CE2, CE7 | RA5: Podrá transmitir información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios, proveedores, responsables directos...  |

## 4. CONTENIDOS

Los principales contenidos de esta materia son: principios sobre los que se asienta la microeconomía, impacto de la publicidad como actividad económica, sistemas de organización de las empresas y en especial las agencias de publicidad, estructura de la industria publicitaria y sus principales agentes. Se orientan a favorecer especialmente las competencias de trabajo en equipo, responsabilidad, planificación e iniciativa.

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral
- Aprendizaje cooperativo
- Método del caso
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Entorno de simulación en estudios y aulas tecnológicas

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

**Modalidad presencial:**

| Actividad formativa                       | Número de horas |
|---|-----------------|
| Ejercicios prácticos y participación oral | 62,5            |
| Análisis de casos y trabajos en grupo     | 25              |
| Resolución de Problemas                   | 6,5             |
| Tutoría                                   | 6               |
| Estudio autónomo                          | 50              |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>150</b>      |

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

**Modalidad presencial:**

| Sistema de evaluación   | Peso |
|-------------------------|------|
| Trabajos e informes     | 30%  |
| Exposiciones orales     | 20%  |
| Ejercicios prácticos    | 30%  |
| Pruebas de conocimiento | 20%  |

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

## 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria, será necesario:

1. Obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.
2. Obtener una calificación igual o superior a 5,0 en la media aritmética de las pruebas de conocimiento, no existiendo un valor mínimo para poder realizar esta media.
3. Asistencia presencial mínima del 50%. El incumplimiento de este porcentaje de asistencia presencial impide superar la asignatura en convocatoria ordinaria. La asistencia *online* no será computada como asistencia.

Deben cumplirse los tres criterios simultáneamente para aprobar la asignatura en convocatoria ordinaria. En el caso de que no se cumpla alguno de los criterios expuestos, la asignatura será calificada como suspensa en dicha convocatoria. Si la media ponderada de las calificaciones de todas las actividades es mayor que 4,0, pero no se cumple con alguno de los criterios 2 o 3, se consignará la calificación final de 4,0.

Para las actividades que impliquen un trabajo escrito junto con una exposición oral, el estudiante recibirá una calificación global de cero (es decir, tanto en la parte oral como en la parte escrita) en caso de que no se presente a la exposición oral sin causa justificada. Asimismo, se obtendrá una calificación global de cero si no se asiste a todas las sesiones de presentación de estos trabajos o si se abandona el aula antes de que todas las exposiciones se hayan llevado a cabo.

## 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria, será necesario:

1. Obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.
2. Obtener una calificación igual o superior a 5,0 en la media aritmética de las pruebas de conocimiento, no existiendo un valor mínimo para poder realizar esta media.

Deben cumplirse los dos criterios simultáneamente para aprobar la asignatura en convocatoria extraordinaria. En el caso de que no se cumpla alguno de los criterios expuestos, la asignatura será calificada como suspensa en dicha convocatoria. Si la media ponderada de las calificaciones de todas las actividades es mayor que 4,0, pero no se cumple con el criterio 2, se consignará la calificación final de 4,0.

Para las actividades que impliquen un trabajo escrito junto con una exposición oral, el estudiante recibirá una calificación global de cero (es decir, tanto en la parte oral como en la parte escrita) en caso de que no se presente a la exposición oral sin causa justificada.

Para poder ser evaluado/a en una actividad suspendida o no entregada en la convocatoria ordinaria, el/la estudiante deberá entregarlas nuevamente, pudiendo haber variaciones en el contenido de la actividad que la profesora indicará con suficiente antelación. La profesora podrá solicitar actividades complementarias en caso de que sea necesario, siempre garantizando que la carga de trabajo sea equivalente a la requerida en la convocatoria ordinaria.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

| Actividades evaluables               | Fecha                                    |
|--------------------------------------|--|
| Actividad 1. Portafolios             | Continuo                                 |
| Actividad 2. Trabajo en grupo        | Semana 14 o enero 2025                   |
| Actividad 3. Pruebas de conocimiento | 1. Semana 8<br>2. Semana 14 o enero 2025 |

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Díez Vial, I., Martín de Castro, G., & Montoro Sánchez, M.A. (2016). *Fundamentos de administración de empresas*. Navarra: Cívitas.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Aguirre, A., Castillo, A.M. & Tous, D. (2009). *Administración de organizaciones en el entorno actual*. Madrid: Pirámide.
- Bateman, T., & Snell, S. (2019). *Management*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Bueno, E. (2010). *Curso básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Madrid: Pirámide.
- Cuervo García, A. & Vázquez Ordás, C. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Navarra: Thomson.
- Hodge, B.J., Anthony, W.P., Gales, L.M. (2005). *Teoría de la organización. Un enfoque estratégico*. Madrid: Prentice-Hall.

## 10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

[orientacioneducativa.uec@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa.uec@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.