DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Empresa y Marketing
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (SGR-PUBLI)
GRUPO: 2526-O1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)
ECTS: 6,0
CURSO: 1º
TEMPORALIDAD: 1º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE: Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: RAQUEL PAJARES FERNÁNDEZ
EMAIL: rpajares@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00

CV DOCENTE:

Desde su andadura como profesional ha participado en numerosas formaciones organizadas por la UEMC o Universidad de Valladolid impartiendo talleres y conferencias relacionadas con el tercer sector, las relaciones públicas, el periodismo o la comunicación. Durante 4 ediciones ha sido ponente en los talleres de Periodismo social organizados en Valladolid y Segovia. Además, desde su ámbito profesional ha participado como ponente en congresos nacionales presentando casos de éxito de campañas de relaciones públicas que se llevan a cabo desde el departamento que dirige . Desde hace 6 años imparte clases en la Universidad Europea Miguel de Cervantes como profesora indefinida a tiempo parcial y desde hace un año en la Universidad de Valladolid.

CV PROFESIONAL:

Experta en comunicación corporativa y RSC. Es Licenciada en Periodismo por la Universidad de Valladolid y ha cursado el Máster de Comunicación Institucional y Política por la Universidad Carlos III de Madrid.
Tras realizar numerosas prácticas en medios de comunicación de la comunidad, en 2007 dio sus primeros pasos como periodista para la Agencia EFE y Radio Televisión Castilla y León. Tras este primer contacto con los medios, en 2009 comienza su andadura en el campo de la comunicación institucional para la Universidad de Valladolid, donde desarrolla sus labores en el área de cultura y formación. En 2011 desarrolla funciones como Ejecutiva de Cuentas para la Agencia de Comunicación Evercom (Madrid), formando parte de los departamentos de comunicación corporativa y de consumo, donde desarrolla campañas de relaciones públicas para clientes como Burguer King, Disney, ARAMON y Dieta Dukan, entre otros. Posteriormente pasa a formar parte del departamento de Comunicación, Relaciones Públicas y Eventos de Bodegas Arzuaga Navarro y después, durante más de diez desempeña sus labores en ASPAYM Castilla y León como Directora de Comunicación y como Responsable de Comunicación de Cruz Roja en Castilla y León.

CV INVESTIGACIÓN:

Desde hace dos años es doctoranda en comunicación dentro del programa Doctorado en Español: lingüística, literatura y comunicación de la Universidad de Valladolid. Su rama de estudio versa sobre la comunicación de las organizaciones en materia de sostenibilidad a través de sus canales digitales. Ha participado en numerosos congresos del ámbito de las relaciones públicas y la comunicación con publicaciones centradas en la evolución de dichas disciplinas y cómo afecta a las destrezas de los profesionales. Además, participa en varios proyectos de innovación docente, así como de la Diputación de Valladolid y el Ministerio de Innovación y Ciencia.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La empresa: concepto, elementos, tipos, entorno y mercado en el que opera, su administración y áreas funcionales que la integran con especial hincapié en la actividad de marketing.

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA.
La ubicación de Empresa y Marketing en el primer semestre del primer curso de los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas permite a los alumnos abordar su titulación con conocimientos básicos sobre la empresa ya que esta asignatura aporta una visión sistémica del fenómeno empresarial en el entorno en el que opera, de la administración de empresas, sus funciones y objetivos, y un análisis de las diferentes áreas que la conforman, con especial dedicación a la de Marketing.

La asimilación de estos contenidos, facilitará el aprendizaje de asignaturas de cursos posteriores relacionadas con la realidad empresarial o a su servicio, tales como Estructura y Organización de las Empresas de Comunicación Audiovisual, Plan de Marketing y Psicosociología del Consumidor de tercero, Investigación de Mercados, Estrategias de la publicidad y Relaciones Públicas, Dirección de Comunicación Corporativa, Atención y Servicio al cliente, Dirección Comercial y de Marcas, Gestión de calidad y de RR.HH. o Marketing en Internet.

IMPORTANCIA DE LA ASIGNATURA PARA EL ÁMBITO PROFESIONAL.
La empresa es uno de los elementos fundamentales de la economía, fuente de empleo y riqueza con el que necesariamente se interactúa a nivel profesional, ya sea integrándose en su estructura como parte de su personal, como cliente, proveedor o partner.
Los conocimientos y competencias de esta asignatura son básicos para todo profesional que se incorpore al mundo de la empresa, en mayor medida cuanto mayor sea la responsabilidad de sus puestos e indudablemente si ejercita labores de publicidad, comunicación y/o relaciones públicas en su seno. El análisis de la empresa que proporcione conocimiento sobre los elementos que la conforman y afectan, sus funciones y papel en la sociedad permitirá a los alumnos comprender las decisiones empresariales lo que contribuirá positivamente en su desempeño profesional.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Empresa y Marketing**
    1. La Empresa
    2. Empresa y Marketing

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Zoom work place)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE09. Conocer el significado y relevancia de la normativa en materia de igualdad, en especial la relativa a la igualdad de género e integración de personas con discapacidad
- CE10. Capacidad para conocer y comprender el funcionamiento de nuestro sistema económico y de mercado y en especial la empresa como entidad central en relación al ejercicio de una actividad de carácter profesional
- CE11. Capacidad para conocer y gestionar la estructura y funcionamiento de organizaciones y empresas de comunicación

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Comprender la interacción entre empresa, mercado y su entorno macroeconómico.
- Establecer los objetivos corporativos y conocer la estructura, funcionamiento y organización de los distintos tipos de empresa.
- Aplicar los conocimientos básicos de marketing a la estrategia empresarial.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Bueno Campos, E. (2004): Curso Básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización. Madrid: Ediciones Pirámide. ISBN: 978-84-368-1911-3
- Cuervo García, Á. (2001): Introducción a la administración de empresas. 4ª edición. Madrid: Civitas. ISBN: 978-8447016648

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Ansoff, H.I. (1984): The emerging paradigm of strategic behavior. Strategic Management. Journal, 8. ISBN: DOI: 10.1002/smj.4250080602
- Blanco Sánchez, J.M. y Aznar Márquez, J. (2001): Introducción a la economía. Teoría y práctica. 4ª edición. . McGraw-Hill. . ISBN: 9788448141691

- Blanco Sánchez, J.M (2008): Economía. Teoría y práctica. 5ª edición. McGraw-Hill. . ISBN: 8448160991
- Bueno Campos, E.; Cruz Roche, I. y Durán Herrera, J.J. (2002): : Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales. Ediciones Pirámide.. ISBN: 9788436802078.
- Chiavenato, I. (2000): Administración de recursos humanos. . McGraw-Hill. . ISBN: 85-224-2004-1
- Johnson G. y Scholes K. (1999): Dirección Estratégica.. Prentice Hall. ISBN: 8420529842
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003): Fundamentos de marketing. 6ª edición.. Pearson Educación.. ISBN: 9702604001
- Martín Rojo, I. (2009): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. . Ediciones Pirámide. ISBN: 9788436822939
- Mochón Morcillo, F. (2009): Economía: teoría y política. 6ª edición. McGraw Hill. ISBN: 9788448170844.
- Pérez Gorostegui, E. (1998): Introducción a la administración de empresas.. Centro de Estudios Ramón Areces.. ISBN: 8480042400.
- Pérez Gorostegui, E. (2002): Introducción a la economía de la empresa.. Universitaria Ramón Areces. ISBN: 9788480045124
- Porter, M. (1991): Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, 14ª Edición. Compañía Editorial Continental.. ISBN: 978-9702400585
- Robbins, S. P. (1987): Administración: Teoría y práctica. . Prentice-Hall. Hispanoamericana.. ISBN: 9788436818703
- Simon, H. A. (1964): El comportamiento administrativo. . Aguilar. ISBN: 978-9870111986.
- Steiner, G. A (1979): Planificación de la alta dirección. . Eunsa. ISBN: 978-9870111986.
- Urbano, D. y Toledano, N. (2008): Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas.. Editorial UOC.. ISBN: 13. 978-8497887755

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion

Puromarketing (https://www.puromarketing.com/)
web de referencia del sector

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

Anexo 1. Estructura organizativa de la empresa actual. José Manuel Salazar Castillo.
http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_2850_07-18__C7E60DDC772602C905F583207547C14E.pdf

Anexo 2. Creación de empresas en un entorno competitivo. Emilio Ontiveros.
http://www.afi.es/EO/X%20CONGRESO%20CASTILLA%20LEON.pdf

Anexo 3. Leadership that gets results. Daniel Goleman.
http://ecob.scienceontheweb.net/liderazgo1.pdf

Anexo 4. Las técnicas de producción JIT y su repercusión en los sistemas de producción.
Fernando Marín y Joaquín Delgado.
http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/331/07.FERNANDO%20MARIN.pd

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las ACTIVIDADES FORMATIVAS que se realizan en la asignatura son las siguientes:

Clases teóricas: Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en OpenCampus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

Actividades prácticas: Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades desarrolladas en el foro de Open Campus, en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupo a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

Tutorías: Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas tres sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio, otra antes de la evaluación parcial y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

SESIONES EN TIEMPO REAL

En la asignatura se planifican clases magistrales y tutorías a través de videoconferencias.

La asistencia a las videoconferencias no será obligatoria, pero si recomendable para un adecuado seguimiento de la asignatura, la comprensión de los materiales y el desarrollo óptimo de las actividades de aprendizaje. En cualquier caso, salvo circunstancias excepcionales, será posible acceder a ellas en diferido a las 48 horas máximo desde su celebración.

SESIONES EN TIEMPO REAL :

	Título
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	Clase magistral
CM2	Clase magistral
CM3	Clase magistral
CM4	Clase magistral
CM5	TU. Parc. Resolución de dudas y preparación de la prueba parcial
CM6	Clase magistral
CM7	Clase magistral
CM8	Clase magistral
TU2	Resolución de dudas antes de la evaluación

EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua 60%
Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1. Debate grupal (Foro)	12
	2. Defensa Actividad 1 (Defensa)	12
	3. Actividad 3 (Entrega individual)	24
	4. Defensa Actividad 3 (Defensa)	12

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion final (40 %)	1. Prueba de evaluación final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:
A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno deberá obtener al menos un 5 en la nota total de la evaluación continua, de lo contrario, deberá acudir a la convocatoria extraordinaria para superarla. Si una pareja de actividades (entrega individual o foro de debate y su defensa) tiene una nota de 5 o superior en la convocatoria ordinaria, dicha nota se conservará en la convocatoria extraordinaria, no pudiéndose volver a entregar por el estudiante. No se guardan notas de parejas de actividades suspensas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua se desarrollarán según se indica y, para ser evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán actividades entregadas posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.
- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- Las actividades de evaluación continua se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación final de la asignatura
- Si la asignatura tuviera actividad de laboratorio presencial, su asistencia será obligatoria para superar la asignatura

Los alumnos accederán a través de Open Campus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo aproximado de 20 días lectivos desde la fecha fin de fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se complementará con una **evaluación final** que se realizará al finalizar el periodo lectivo en cada asignatura. La prueba constará de parte práctica y teórica, suponiendo un 40% de la calificación sobre la nota final.

La evaluación final de la asignatura se desarrollará del siguiente modo:

- A mitad de cada semestre se ofrece al a alumno el poder realizar de forma voluntaria un parcial para eliminar materia.
- Para eliminar la materia es necesario que el alumno lo supere al menos con un 5. En este caso, se le guardaría la nota del parcial hasta la convocatoria extraordinaria. El alumno sólo podrá presentarse a la segunda parte de la asignatura bien en convocatoria ordinaria o extraordinaria.
- En convocatoria ordinaria, la prueba final constará de dos exámenes (primera y segunda parte de la asignatura)
  - En el caso de que el alumno hubiera superado y eliminado materia con el primer parcial, sólo se presentará a la segunda parte. Para superar la asignatura se hará la media siempre que en la segunda parte se obtenga al menos un 4 y la media supere el 5.
  - En el caso de que el alumno no hubiera superado el primer parcial, se podrá presentar a ambas partes. Para superar la asignatura se hará la media de ambas partes siempre que se obtenga al menos un 4 en cada una y la media supere el 5.
- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La nota final se corresponderá con la media aritmética del resultado obtenido en cada una de las partes. En caso de no superación, se guarda la parte aprobada para la convocatoria extraordinaria.

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de “No presentado”, con

independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua 60%
Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	12
	2. Defensa Actividad 1 (Defensa)	12
	3. Actividad 3 (Entrega individual)	24
	4. Defensa Actividad 3 (Defensa)	12
Evaluacion final (40 %)	1. Prueba de evaluación final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:
Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las parejas de actividades de evaluación continua y pruebas de evaluación (parcial y final), superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, la prueba final también constará de dos exámenes (primera y segunda parte de la asignatura)
  - En el caso de que el alumno hubiera superado el parcial (al menos un 5) o una de las partes en convocatoria ordinaria (al menos un 5), esta calificación se mantiene para la extraordinaria, presentándose el alumno sólo a lo suspenso. Para superar la asignatura se hará la media entre lo aprobado en ordinaria y la calificación que haya sacado en extraordinaria siempre que se obtenga al menos un 4 y la media supere el 5.
  - En el caso de que el alumno tuviera que presentarse a ambas partes, para superar la asignatura se hará la media siempre que se obtenga al menos un 4 en cada parte y la media supere el 5.
- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las parejas de actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Escalas de actitudes	24%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	12%
Pruebas de respuesta corta	20%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	20%
Pruebas objetivas	12%
Trabajos y proyectos	12%