

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLICI)

ASIGNATURA : Organización de las Empresas de Comunicación y Gestión de Personas (3280)

TIPO DE ASIGNATURA : Teórico-práctica

MODALIDAD : Presencial

CURSO ACADÉMICO: 2026-2027

GRUPO: 2627-T1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Optativa (OP)

ECTS: 6,0

CURSO: 2º

TEMPORALIDAD: 2º 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: EDUARDO PRESENCIO SÁNCHEZ

EMAIL: epresencio@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Martes a las 17:00 horas

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES :

- Licenciado Geografía (Universidad UVA)

EXPERIENCIA DOCENTE :

- Cuenta con experiencia de 4 años en docencia universitaria en el nivel del Grado (Varios años de docencia impartida en UEMC en asignaturas relacionadas con la empresa y el emprendimiento. También acumula docencia en formación no reglada durante toda su carrera profesional, en la misma rama de conocimiento y para diferentes tipos de alumnado.)

EXPERIENCIA PROFESIONAL :

- Tiene experiencia en el ámbito profesional de Más de 10 años en el sector Público (Más de 20 años de experiencia en actividades relacionadas con el desarrollo empresarial y territorial. Principalmente en la Cámara de Comercio de Valladolid, con puestos de técnico y coordinador, realizando diferentes tareas y participando en variados proyectos de dinamización empresarial en el ámbito de la provincia de Valladolid.)

RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

GRANDES COMPETENCIAS :

- GC4 - Competencia para la comunicación corporativa. Conocer, analizar y diseñar estrategias de comunicación para instituciones de todo tipo, asegurando las acciones necesarias para una realización eficaz de los objetivos comunicativos diseñados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE :

El alumno será capaz de:

- CO4.1 - Conocer la información sobre el comportamiento de los grupos de interés para el desarrollo y las

estrategias de la comunicación corporativa.

- CO4.2 - Comprender las estrategias de la comunicación corporativa para su posterior aplicación.
- CT4.1 - Desarrollar capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa desde una actitud ética.
- HD4.2 - Analizar el entorno para su posterior aplicación en las diferentes áreas de la comunicación corporativa.
- SC4.1 - Interpretar objetivos y estrategias de comunicación para una comunicación corporativa de calidad.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA :

La asignatura Organización de las empresas de comunicación y gestión de personas permite conocer el concepto y contexto que rodea a la empresa y la función directiva, así como analizar el entorno de las organizaciones, su gestión y planificación estratégica.

CONTENIDOS MÍNIMOS :

La empresa y la función directiva: Conceptualización de empresa, de empresa de comunicación y de la labor directiva

Contexto externo de las empresas publicidad: análisis entorno de las organizaciones vinculadas al mundo de la comunicación y publicidad

Contexto interno y estructura de las empresas de publicidad: aspectos de diseño organizativo y de las estructura y organización interna de las empresas de comunicación y publicidad

El empresario y los aspectos jurídico-económicos de las empresas de comunicación

Planificación estratégica de recursos humanos y su gestión

RECURSOS DE APRENDIZAJE :

- **Recursos didácticos:** Casos, Recursos multimedia
- **Recursos tecnológicos :** Plataformas de aprendizaje en línea, Herramientas de comunicación
- **Recursos interactivos :** Simulaciones y modelos
- **Recursos audiovisuales:** Vídeos y podcast

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

Para el seguimiento de la asignatura el alumno contará con material de apoyo elaborado por el docente. Junto con el PowerPoint expuesto en clase el alumno tendrá que tener en su haber los materiales necesarios para la realización de las actividades programadas tanto presenciales como de trabajo autónomo (ejercicios, bases, casos, etc.). Este material estará disponible en la e-campus(plataforma Moodle).

En cuanto al contenido de la asignatura, con el fin de favorecer una transmisión del conocimiento del mundo empresarial novedosa y aplicada, complementaria a otras asignaturas del grado, se intentesificarán los temas relacionados con los Recursos Humanos y los procesos productivos o flujos de trabajo que se pueden encontrar en las empresas de publicidad y relaciones públicas.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Caro González, F.J. y Fernández Gómez, J.D. (2017): Empresa publicitaria. Administrar y emprender en publicidad. . DVOOK.. ISBN: 978-84-942969-4-9
- Ferrer Lorenzo, I. y Medina Aguerrebere, P. (2016): Manual de gestión para la agencia de publicidad. Pirámide.. ISBN: 788436835236
- Pérez Gorostegui, E. (2017): Curso de economía de la empresa. Introducción. Centro de Estudios Ramón

Areces. ISBN: Curso de economía de la empresa. Introducción.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

TIPO DE ASIGNATURA :

Teórico-práctica

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

A medida que se avance en la asignatura se propondrán ejercicios, noticias para suscitar el debate, la reflexión crítica así como la participación e interacción entre los alumnos. Además, se podrá llevar a cabo alguna actividad complementaria, por ello la planificación de la asignatura se completa con la posible asistencia a actividades complementarias de extensión universitaria (jornadas, charlas, etc.) orientadas a la adquisición de competencias transversales que impulsan la formación integral de los estudiantes, al objeto de que estos sean, además, capaces de adaptarse a las demandas de la sociedad en que vivimos. El profesor seleccionará las actividades en función de la agenda de eventos planificada desde la UEMC.

MÉTODO DIALÉCTICO:

De modo general la metodología aplicada será a través de clases expositivas en las que la profesora presenta los contenidos básicos de la asignatura. A través de clases magistrales el profesor expondrá contenidos básicos de la asignatura

MÉTODO HEURÍSTICO:

Con el objetivo de equilibrar el desarrollo teórico y la realización de actividades prácticas. A medida que se avanza en la asignatura se realizarán ejercicios aplicados, trabajos en grupo en clase y realización de tareas propuestas por el profesor. También se aplicará esta metodología a través de una actividad grupal final que requerirá de la iniciativa, trabajo autónomo y creatividad por parte del alumnado, para que así asuman un papel más activo en su proceso de aprendizaje.

ACTIVIDADES FORMATIVAS :

- Clases teóricas
- Clases prácticas
- Tutoría
- Evaluación
- Trabajo autónomo

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

La planificación de esta asignatura abarca 18 semanas. Las 15 primeras semanas son las semanas académicas, que se dedicarán a la docencia y actividades en clase. Estas quince semanas se distribuyen del siguiente modo:

- Semana 1: Tema 1. La empresa: del concepto general de empresa a la empresa de publicidad y la labor directiva
- Semana 2: Tema 2. Contexto externo de las empresas de publicidad. Análisis del entorno
- Semanas 3 y 4: Tema 3. Diseño y estructura organizativa
- Semana 5: Tema 4. El contexto interno en las empresas de publicidad. Marketing y Financiero
- Semanas 6 a 13: Tema 5. Sistema productivo y Recursos Humanos. La gestión de flujos de trabajo, tareas y personas en las empresas de publicidad y relaciones públicas.
- Semana 14: Entrega del trabajo final.
- Semanas 15-16: Realización de tutorías intensivas para la preparación de las pruebas de evaluación finales. Posible actividad complementaria.

- Semanas 17-18: Prueba de evaluación final en la fechas asignadas por la Facultad

Además de las tutorías individuales se realizarán, durante la semana preparatoria a las convocatorias ordinaria y extraordinaria, tutorías académicas grupales en el horario asignado por la Facultad, siendo debidamente comunicado al alumnado.

Esta planificación estimada podrá verse modificada por causas ajenas a la organización académica primeramente

presentada. El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones puntuales.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES :

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	EF	¿Se evalúa en CO?	Sistema evaluación	¿Se mantiene en CE?	Convocatoria extraordinaria
Trabajo principal											X						X	Ejecución de prácticas:30%	X	
Preguntas cortas y test Se realizará una prueba escrita formada por preguntas cortas y test, que contemplará el 20 % de la nota																X	X	Pruebas escritas:20%	X	
Técnicas de observación			X			X		X									X	Técnicas de observación:10%		
Pruebas orales Consistirá en la exposición del trabajo principal.										X							X	Pruebas orales:10%	X	
Preguntas de desarrollo Se realizará una prueba escrita que consistirá en preguntas de desarrollo, para definir el 30 % de la nota de la asignatura.																X	X	Pruebas escritas:30%	X	

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

La evaluación ordinaria de febrero constará de la suma de las evaluaciones de tareas de evaluación continua y de

la evaluación de la prueba presencial.

En relación a la evaluación continua:

- 30% de la nota total será la realización de un trabajo a realizar en la semana 11.
- 10 % de la nota total corresponderá a la presentación en aula del trabajo realizado y entregado en la semana 11.
- 50% la prueba de evaluación de “respuestas cortas y test” (20 % de la nota final);y “de preguntas de desarrollo” (30 % de la nota final)
- 10 % se decidirá mediante evaluación del desempeño de diferentes ejercicios prácticos que se desarrollarán en diversas clases de las semanas 3, 6 y 8.

Para poder sumar la calificación obtenida en las pruebas de evaluación continua, será imprescindible haber aprobado todas las categorías.

La prueba de evaluación de preguntas de desarrollo se realizará en las fechas fijadas en las convocatorias ordinaria y en la extraordinaria fijadas en el calendario académico del curso actual.

En relación a los trabajos, actividades y proyectos: los trabajos que se entreguen fuera del plazo fijado por el profesor no serán evaluados. Se penalizará con nota de cero cualquier trabajo o actividad entregada que sea copiada o plagiada de páginas web, libros, manuales, etc. sin recoger expresamente sus fuentes en la bibliografía o citas del trabajo.

Se valorará muy positivamente el estilo de redacción, las aportaciones-reflexiones personales y la creatividad en

la elaboración de los trabajos y actividades propuestas. En todas las pruebas de evaluación se tendrán en cuenta los errores ortográficos restando en la calificación final.

Nota: La planificación de la evaluación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo. Los sistemas de evaluación descritos en esta guía son sensibles tanto a la evaluación de las competencias como de los contenidos

de la asignatura. La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como la extracción de

información de las pruebas de evaluación, será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4, 5 y 7 y derivarán en la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico

del
alumno correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico del alumno.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria de julio constará de dos evaluaciones: un trabajo práctico cuyo enunciado se facilitará en mayo a los alumnos suspensos y que deberá ser entregado el día antes del examen como fecha límite

y una prueba presencial en los mismo términos que en la convocatoria ordinaria, más un examen oral sobre el trabajo entregado y las prácticas realizadas en clase. La primera prueba valdrá el 30% y la segunda el 70% de la nota final (20 % mediante preguntas cortas y test, 30 % en preguntas de desarrollo, y 20 % de la prueba oral).

Nota: La planificación de la evaluación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo. Los sistemas de evaluación descritos en esta guía son sensibles tanto a la evaluación de las competencias como de los contenidos

de la asignatura. La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como la extracción de

información de las pruebas de evaluación, será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4, 5 y 7 y derivarán en la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico del alumno.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

Tipo de asignatura	Pruebas escritas	Pruebas orales	Ejecución práctica	Técnicas de observación
Teórico-práctica	50 %	10 %	30 %	10 %