

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Economía y Gestión de Empresas de Comunicación

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

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Básico

ECTS: 6,0

CURSO: 1º

SEMESTRE: 2º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: DAVID SALGADO CARRASCAL

EMAIL: dsalgado@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Economía y gestión de empresas de comunicación aporta al alumno un conocimiento básico y general sobre la empresa, su sistema y entornos con el objetivo de sentar las bases para su desarrollo posterior en cuanto a la influencia de la empresa en la gestión del periodismo la comunicación audiovisual y la publicidad y las RR.PP.

- La empresa como un sistema complejo.
- Evolución del pensamiento económico.
- El entorno macroeconómico de la empresa, con especial referencia al sector de la comunicación.
- Áreas funcionales: directiva, financiera, operativa, recursos humanos y marketing, y su aplicación al caso de empresas de comunicación
- Conceptos básicos de emprendimiento e innovación.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales"
- GC01. Competencia para la adquisición de las bases y fundamentos de la comunicación. Diagnosticar,

analizar, valorar y relacionar el marco de la publicidad y las relaciones públicas desde una perspectiva global proveniente de conocimientos propios de la sociología, las teorías de la publicidad y las relaciones públicas y el análisis del discurso, la historia, el derecho o la economía, y asegurando un ejercicio de la profesión de calidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC1.1_Subcompetencia_Interpretar los fenómenos sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos para comprender los hechos actuales y realizar el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas de calidad.
- SbC1.2_Subcompetencia_Desempeñar las relaciones públicas y publicidad desde una perspectiva global.
- C1.1_Conocimiento_Conocer los principios sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos.
- C1.2_Conocimiento_Comprender la relación entre las distintas áreas de conocimiento y su vínculo con la publicidad y las relaciones públicas.
- H1.1_Habilidad o destreza_Analizar los fenómenos socio-culturales para la producción publicitaria y de relaciones públicas.
- H1.2_Habilidad o destreza_Aplicar los conocimientos básicos en principios en sociología, economía, historia, políticas, legislación, arte y comunicación en el ejercicio de la profesión de publicidad y relaciones públicas.
- CT1.1_Competencia transversal, valor o actitud_Developar el sentido de la integridad y ética en la publicidad y relaciones públicas, partiendo del correcto cumplimiento de la normativa legal.