

## Guía Docente: Empresa y emprendimiento en comunicación

DATOS GENERALES	
<b>Facultad</b>	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
<b>Titulación</b>	Grado en Periodismo
<b>Plan de estudios</b>	2020
<b>Materia</b>	Empresa
<b>Carácter</b>	Básico
<b>Período de impartición</b>	Tercer Trimestre
<b>Curso</b>	Segundo
<b>Nivel/Ciclo</b>	Grado
<b>Créditos ECTS</b>	6
<b>Lengua en la que se imparte</b>	Castellano
<b>Prerrequisitos</b>	No se precisa

DATOS DEL PROFESORADO			
<b>Profesor Responsable</b>	Mónica Benavente Norza	<b>Correo electrónico</b>	monica.benavente@ui1.es
<b>Área</b>		<b>Facultad</b>	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
<b>Perfil Profesional 2.0</b>	<a href="#">Linkedin</a>		

## CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Asignaturas de la materia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa y emprendimiento en comunicación</li> </ul>
<b>Contexto y sentido de la asignatura en la titulación y perfil profesional</b>	<p>La vinculación del Grado con el «fomento de capacidades para la iniciativa empresarial y el autoempleo», a las que se refiere el artículo 61 c) de Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible se va a realizar, principalmente, a través de esta asignatura.</p> <p>Los ejes temáticos en torno a los cuales va a girar la asignatura son dos: Empresa y emprendimiento en comunicación. En el primero se verán aspectos relacionados con: la búsqueda activa de empleo, la gestión del conflicto y equipos de trabajo, los tipos de contrato de trabajo, la Seguridad Social y Desempleo y la Evaluación de riesgos profesionales y la Planificación de la prevención de riesgos en la empresa. En el segundo, se trabajarán aspectos relacionados con: la Iniciativa emprendedora, la empresa y su entorno, la creación y puesta en marcha de una empresa de comunicación y la función administrativa.</p>

## COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

<b>Competencias de la asignatura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</li> <li>• CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</li> <li>• CG05 - Conocer los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como del uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.</li> <li>• CG06 - Demostrar capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos.</li> <li>• CG08 - Exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.</li> <li>• CG09 - Innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de autoevaluación, así como habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.</li> <li>• CG10 - Organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera coherente para promover su interrelación con otras ciencias sociales, humanas y tecnológicas, así como con los métodos y técnicas de estas disciplinas.</li> <li>• CG11 - Exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y comunicación.</li> </ul>
--------------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CE01 - Comprender las implicaciones que, para los medios de comunicación actuales, tienen las distintas teorías de la información y la comunicación.</li> <li>• CE02 - Conocer los diferentes elementos que distinguen a unos géneros periodísticos de otros de manera que se pueda proceder a la elaboración de textos adaptados a las necesidades informativas.</li> <li>• CE03 - Conocer cuáles son los procesos técnicos que intervienen en la comunicación de contenidos mediáticos.</li> <li>• CE04 - Comprender la dimensión económica, política, cultural y social de los medios de comunicación.</li> <li>• CE05 - Conocer las características, sistemas de planificación y dinámicas de comercialización propias de las empresas informativas, en función de sus objetivos, visiones y misiones, de manera que el egresado pueda poner en marcha proyectos propios.</li> <li>• CE06 - Comprender las dinámicas internas de la evolución diacrónica de los acontecimientos históricos y su posible relación con los medios de comunicación.</li> <li>• CE07 - Demostrar un conocimiento riguroso de los principales rasgos del sistema jurídico incluyendo cierta familiaridad con sus instituciones y procedimientos identificando las preocupaciones y valores sociales subyacentes en las normas y principio jurídicos.</li> <li>• CE08 - Conocer los principales agregados microeconómicos y macroeconómicos y la teoría del mercado, así como la utilidad y las limitaciones de la política macroeconómica.</li> <li>• CE09 - Desarrollar la capacidad de diseñar, redactar, ejecutar y gestionar proyectos e informes, y asesorar sobre situaciones concretas de empresas utilizando técnicas instrumentales en el análisis y solución de problemas empresariales y en la toma de decisiones.</li> </ul>
<p><b>Resultados de aprendizaje de la asignatura</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de las bases teóricas y prácticas para conocer la realidad de las empresas de comunicación en relación con los conceptos y prácticas en organización, gestión, producción y comercialización de los productos informativos.</li> <li>• Comprensión de los elementos necesarios para dirigir, gestionar e incluso crear una empresa de comunicación.</li> <li>• Capacidad para aplicar a las empresas de comunicación los conocimientos adquiridos en la asignatura.</li> </ul>

## PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<p><b>Breve descripción de la asignatura</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto y configuración de la Empresa Informativa.</li> <li>• Planificación estratégica.</li> <li>• Fundamentos de la empresa informativa.</li> <li>• Gestión de recursos en las empresas informativas.</li> <li>• Marco legal de las empresas informativas.</li> <li>• El mercado informativo.</li> <li>• Comercialización del producto informativo.</li> <li>• Controles de difusión y audiencia.</li> <li>• El modelo de negocio de las empresas informativas.</li> <li>• Tendencias en los sistemas de financiación de las empresas informativas.</li> </ul>
<p><b>Contenidos</b></p>	<p><b>UD 1. Introducción a la cultura del emprendimiento</b></p> <p>1.1. ¿Qué significa ser empresario? El trabajo por cuenta propia</p> <p>1.1.1. ¿Qué es la cultura emprendedora?</p>

1.1.2. ¿Son el empresario y el emprendedor conceptos indiferentes?

1.1.3. Requisitos para emprender con éxito

1.1.4. Personalidad emprendedora

1.2. Funciones básicas de la empresa

Funciones básicas de la empresa (II)

1.3. La empresa como sistema

1.4. La organización de la empresa

1.4.1. Tipos de organigramas

1.5. Imagen y cultura corporativa

1.6. La responsabilidad social corporativa

1.7. El entorno de la empresa

1.7.1. Entorno general

1.7.2. Entorno específico

1.8. Análisis DAFO

## **UD 2. Generación de ideas y modelos de negocios**

2.1. Creatividad e innovación

2.1.1. Definiciones

2.1.2. Estrategias para fomentar la creatividad

2.1.3. ¿Qué es una *Startup*?

2.2. Generación de ideas

2.2.1. Método SCAMPER

2.2.2. Estrategia del Océano Azul

2.3. Pensamiento de diseño o *Design Thinking*

2.3.1. I Fase: Empatizar y definir.

2.3.2. II Fase: Idear y prototipar.

2.3.3. III Fase: Evaluar e implementar.

2.4. Modelo de Negocios

2.4.1. Business Model Canvas

2.4.2. Lean Canvas

2.5. El clásico plan de negocios

2.5.1. Diferencia entre un plan de negocios y un modelo de negocios

2.5.2. Estructura de un plan de negocios

### **UD 3. Estudio de mercado y función de *marketing***

3.1. ¿Qué es un estudio de mercado?

3.1.1. Tipos de mercado

3.1.2. Variables que afectan a los tipos de mercado

3.2. El mercado: tamaño y estructura

3.2.1. El mercado meta

3.3. Los posibles clientes

3.4. La competencia

3.4.1. Evaluación de nuestra posición en el mercado

3.5. *Marketing* estratégico frente a *marketing* operativo

3.6. El producto

3.6.1. Niveles de producto

3.6.2. Tipos de producto

3.6.3. Ciclo de vida del producto

Introducción

Madurez

Declive

3.7. El precio

3.7.1. Métodos para fijar un precio

3.8. La promoción

3.8.1. El *marketing* digital

3.8.2. Economía colaborativa

3.9. La distribución

3.10. Las 7P del sector servicios

### **UD 4. Apalancamiento financiero y gestión de operaciones**

4.1. El plan de inversiones y gastos

- 4.1.1. Detalle de inversiones y gastos
- 4.1.2. Los gastos de constitución
- 4.2. El plan de financiación
  - 4.2.1. Clasificación de las fuentes de financiación
- 4.3. Fuentes de financiación propias
- 4.4. Fuentes de financiación ajenas
  - 4.4.1. Entidades de crédito
  - 4.4.2. *Leasing*
  - 4.4.3. *Renting*
  - 4.4.4. *Social lending*
  - 4.4.5. Sociedades de garantía recíproca (SGR)
  - 4.4.6. Sociedades de capital-riesgo
- 4.5. Otras fuentes de financiación: gestión del circulante
- 4.6. La rentabilidad de las inversiones
- 4.7. Logística y producción
  - 4.7.1. Definiciones
  - 4.7.2. Diseño de plan de compras
  - 4.7.3. Diseño de canales de distribución

## **UD 5. La viabilidad económico-financiera de la empresa**

- 5.1. Fundamentos de contabilidad
- 5.2. El Plan General de Contabilidad
  - 5.2.1. Marco conceptual de la contabilidad
  - 5.2.2. Normas de registro y valoración
- 5.3. Las cuentas anuales
- 5.4. La representación del patrimonio: el balance
  - 5.4.1 El activo
  - 5.4.2. El patrimonio neto
  - 5.4.3. El pasivo
- 5.5. La cuenta de pérdidas y ganancias

## 5.6. El plan financiero

### 5.6.1. El plan de tesorería

### 5.6.2. La cuenta de pérdidas y ganancias previsional

### 5.6.3. El balance previsional

## 5.7. Punto muerto, punto de equilibrio o umbral de rentabilidad

### 5.7.1. Fórmula punto muerto

## 5.8. Principales indicadores

### 5.8.1. Endeudamiento

### 5.8.2. Solvencia

### 5.8.3. Liquidez

### 5.8.4. Prueba ácida

### 5.8.5. Fondo de maniobra

## **UD 6. ¡Hagamos empresa!**

### 6.1. Tipos de empresa existentes

#### 6.1.1. Criterios para elegir la forma jurídica

### 6.2. El empresario individual

#### 6.2.1. Diferencias entre empresario individual y autónomo

### 6.3. Trámites de constitución

### 6.4. Trámites de puesta en marcha

### 6.5. Obligaciones fiscales

### 6.6. Pasos iniciales para impulsar mi proyecto emprendedor

#### 6.6.1. Dónde ubicar nuestro negocio

#### 6.6.3. Trámites generales

#### 6.6.4. Cómo clasificar nuestra empresa

#### 6.6.5. Contratación de trabajadores

### 6.8. La franquicia

### 6.9. La propiedad intelectual

### 6.10. Plan de vida personal y profesional

## METODOLOGÍA

### Actividades formativas

Se propone un proceso de aprendizaje circular de los contenidos de cada una de las 6 unidades didácticas que componen la asignatura, con el objetivo de que al finalizar cada unidad didáctica el alumno haya asimilado de forma satisfactoria los conceptos y contenidos de la misma.

- **Estudio de Contenidos de las Unidades Didácticas** (lecciones para trabajar con memorizaciones significativas y habilidades aplicativas): este apartado es el espacio para consulta, lectura, aprendizaje, actividades y revisión de textos que contienen cada una de las unidades didácticas de la asignatura. Son las lecciones que contendrán incentivaciones hacia competencias y adquisición de conocimientos. Es lo que el alumnado «debe saber» y también «saber hacer».
- **Estudio de Caso:** este tipo de ejercicio tiene como objetivo situar al alumno/a ante un enigma, problema o sucesión de incógnitas de la vida real que él, sin ningún conocimiento previo, tiene que intentar resolver a base de reflexión.
- **Pensamiento Crítico (foros de debate):** el objetivo de este ítem es potenciar el conocimiento creativo, así como el aprendizaje individual y colectivo. En todas las unidades didácticas se habilitará un foro de debate con el fin de que el alumno participe en temas de discusión relativos a los conceptos estudiados en dichas unidades didácticas y exponga dudas, comentarios, etc.
- **Cuestionario evaluable:** test con cuatro opciones de respuesta y que podrán ser satisfactoriamente resueltos con el material teórico de la asignatura.
- **Prueba de Evaluación de Competencias (PEC):** en el caso de optar por la opción de evaluación (PEC + examen final), el estudiante tendrá que realizar la prueba de evaluación de competencias (PEC). Esta prueba se define como una actividad integradora a través de la cual el estudiante deberá demostrar la adquisición de competencias propuestas en la asignatura, vinculadas principalmente al «saber hacer». Para ello hará entrega de un conjunto de evidencias en respuesta a los retos propuestos en esta prueba. La entrega se realizará antes de finalizar la asignatura.

## EVALUACIÓN

### Sistema evaluativo

El sistema de evaluación se basará en una selección de las pruebas de evaluación más adecuadas para el tipo de competencias que se trabajen. El sistema de calificaciones estará acorde con la legislación vigente (*Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y de validez en todo el territorio nacional*).

El sistema de evaluación de la Universidad Isabel I queda configurado de la siguiente manera:

#### Sistema de evaluación convocatoria ordinaria

##### Opción 1. Evaluación continua

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar el **seguimiento de la evaluación continua (EC)** y podrán obtener hasta un **60 %** de la calificación final a través de las actividades que se plantean en la evaluación continua.

Además, deberán realizar un **examen final presencial (EX)** que supondrá el **40 %** restante. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del trabajo realizado durante la evaluación



continua y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación continua.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de evaluación continua, siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

### **Opción 2. Prueba de evaluación de competencias**

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar una **prueba de evaluación de competencias (PEC)** y un **examen final presencial (EX)**.

La **PEC** se propone como una prueba que el docente plantea con el objetivo de evaluar en qué medida el estudiante adquiere las competencias definidas en su asignatura. Dicha prueba podrá ser de diversa tipología, ajustándose a las características de la asignatura y garantizando la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos. Esta prueba supone el 50 % de la calificación final.

El **examen final presencial**, supondrá el **50 %** de la calificación final. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del seguimiento de las actividades formativas desarrolladas en el aula virtual y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Al igual que con el sistema de evaluación anterior, para la aplicación de los porcentajes correspondientes el estudiante debe haber obtenido una puntuación mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta la opción de prueba de evaluación de competencias.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de la prueba de evaluación de competencias siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

### **Características de los exámenes**

Los exámenes constarán de 30 ítems compuestos por un enunciado y cuatro opciones de respuesta, de las cuales solo una será la correcta. Tendrán una duración de 90 minutos y la calificación resultará de otorgar 1 punto a cada respuesta correcta, descontar 0,33 puntos por cada respuesta incorrecta y no puntuar las no contestadas. Después, con el resultado total, se establece una relación de proporcionalidad en una escala de 10.

### **Sistema de evaluación convocatoria extraordinaria**

Todos los estudiantes, independientemente de la opción seleccionada, que no superen las pruebas evaluativas en la convocatoria ordinaria tendrán derecho a una convocatoria extraordinaria.

La convocatoria extraordinaria completa consistirá en la realización de una **prueba de evaluación de competencias** que supondrá el **50 %** de la calificación final y un **examen final presencial** cuya calificación será el **50 %** de la calificación final.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Los estudiantes que hayan suspendido todas las pruebas evaluativas en convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final) o no se hayan presentado deberán realizar la convocatoria extraordinaria completa, como se recoge en el párrafo anterior.

En caso de que hayan alcanzado una puntuación mínima de un 4 en alguna de las pruebas evaluativas de la convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final), se considerará su calificación para la convocatoria extraordinaria, debiendo el estudiante presentarse a la prueba que no haya alcanzado dicha puntuación o que no haya realizado.

En el caso de que el alumno obtenga una puntuación que oscile entre el 4 y el 4,9 en las dos partes de que se compone la convocatoria ordinaria (EC o PEC y examen), solo se considerará para la convocatoria extraordinaria la nota obtenida en la evaluación continua o prueba de evaluación de competencias ordinaria (en función del sistema de evaluación elegido), debiendo el alumno realizar el examen extraordinario para poder superar la asignatura.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, se entenderá que el alumno ha superado la materia en convocatoria extraordinaria si, aplicando los porcentajes correspondientes, se alcanza una calificación mínima de un 5.

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Bibliografía básica

**Priede, T, López-Cozar, C. y Benito, S. (2010). *Creación y desarrollo de empresas*. Editorial Pirámide.**

Este texto se centra en la creación de una empresa desde el inicio y está orientado a fomentar entre los estudiantes, el emprendimiento. La base de todo el proceso de creación de una empresa es el plan de empresa, por lo que el manual se orienta a la elaboración del mismo, recogiendo todos los aspectos necesarios para abordar esta tarea con éxito.

**Castro Abancéns, I. (2016) *De la start-up a la empresa*. Editorial Pirámide.**

Este texto proporciona una visión completa del proceso emprendedor que va desde la identificación de una necesidad en el mercado, pasando por la creación de una *start-up*, concebida ésta como un experimento que permite validar un modelo de negocio escalable y repetible, para finalizar con la creación y el crecimiento de una empresa.

### Bibliografía complementaria

Alcaráz, Rafael (2015). *El emprendedor de éxito*. McGraw Hill.

Blank, S. y Dorf, B. (2013). *El manual del emprendedor*. Grupo Planeta.

Chan, W y Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Strategy*. Harvard Business School Publishing Corporation

Cuervo García, Á. (dir.) y Vázquez Ordás, C. J. (coord.). (2008). *Introducción a la administración de empresas* (6.ª ed.). Civitas.

Fayol, H. (1916). *Administración industrial y general*. El Ateneo.

Fernández, S. y Samsó, R. (2017). *Misión emprender: los 70 hábitos de los emprendedores de éxito*. Conecta.

Hisrich, R. D. y Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship* (5.ª ed.). McGrawHill.

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*, 86(1), 58-77.

Salinas Sánchez, J. M., Gándara Martínez, J. y Alonso Sánchez, A. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora*. McGraw-Hill.

Scarborough, N. y Cornwall, J. (2019). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson Education.

Todolí Cervera, F. (2008). *Creación de empresas paso a paso* (1.ª ed.). Editorial Ciss.

Varela, Rodrigo (2008). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Pearson Education.

**Otros recursos**

<http://portal.circe.es/es-ES/queescirce/Paginas/QueEsCirce.aspx>. Centro de Información y Creación de Empresas.

[www.ipyme.org](http://www.ipyme.org) Página de la Dirección General de Política de la PYME del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

[www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/analisis-dafo](http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/analisis-dafo) Qué es y para qué sirve el análisis DAFO.

<http://www.cdti.es/index.asp> Información para negocios de base tecnológica.

[www.aeat.es](http://www.aeat.es) Página web de la Agencia Tributaria.

[www.aseme.es](http://www.aseme.es) Simulador de gestión empresarial.

<http://www.agenciatributaria.es/> Página web de la Agencia Tributaria.

<http://cincodias.com/> Página web sobre noticias de economía, mercados, pymes y emprendedores, empresas, finanzas, tecnología, etc.

<http://www.eleconomista.es/> Portal financiero sobre noticias de mercados y cotizaciones, divisas, Ibex 35, fondos de inversión, actualidad de empresas, etc.

<https://www.boe.es/boe/dias/2007/11/20/pdfs/C00001-00152.pdf> Plan General de Contabilidad 2007.

<http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/> Normas Internacionales de Contabilidad.

<http://economipedia.com/> Diccionario de economía. Conceptos básicos.

<http://www.finanzasparatodos.es/> Página web donde encontrarás todo lo necesario para manejar tu economía personal y familiar. Impulsado por la CNMV y el Banco de España.