

Titulació	Tipus	Curs
Comunicació de les Organitzacions	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Maria Mercedes Magaña Juárez

Correu electrònic: merce.magana@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

Tenir coneixements de màrketng.

Objectius

S'espera que l'estudiant hagi assolit una sèrie d'objectius que inclouen el coneixement dels conceptes i instruments bàsics que s'utilitzen en el context de negoci d'empreses comunicatives, el procediment de creació d'empreses en general i de la comunicació en especial així com dels instruments del control de la gestió dels negocis de la comunicació i els seus principals KPI's

Competències

- Analitzar i avaluar l'estructura dels diferents tipus d'organitzacions, dels mitjans de comunicació i de la relació entre tots dos.
- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.
- Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants sàpiguin aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'indole social, científica o ètica.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar una situació i identificar-ne els punts de millora.
2. Descriure les bases sobre l'estructura empresarial de les organitzacions per generar idees originals sobre el context.
3. Explicar el funcionament de les organitzacions en el context de l'economia general.

4. Planificar i executar projectes en l'àmbit de la creació d'empreses.
5. Ponderar els riscos i les oportunitats de les propostes de millora tant pròpies com alienes.
6. Proposar nous mètodes o solucions alternatives fonamentades.
7. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i prendre decisions estratègiques.

Continguts

A) Anàlisi del present i futur dels models de negoci de les empreses comunicatives

1. Definició del model de negoci comunicatiu
 1. Revisió del model CANVAS per empreses de comunicació
 2. Models i reptes que afecten al conjunt del procés comunicatiu
3. Tendències del nous models de negoci de la comunicació
4. El futur del model de negoci comunicatiu
5. Propostes de valor dels models de negoci comunicatius
6. Anàlisi dels models d'ingressos : B2B, B2C, publicitat programàtica, etc..
7. El model de Google Ads.
8. Anàlisi de les despeses i possibles variacions en un futur de les mateixes.

B) Quadre de comandament integral (Balance scorecard) aplicat a les empreses de comunicació.

C) Creació d'empreses comunicatives.

1. Emprenedoria i innovació
2. Estructura bàsica del Business plan

Nota: El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
CLASSES PRÀCTIQUES	15	0,6	1, 2, 4, 7
CLASSES TEÒRIQUES	33	1,32	2
Tipus: Supervisades			
TUTORIES	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Tipus: Autònomes			
ANÀLISI DE CASOS	68	2,72	1, 6, 7

El tipus de docència planificada per assolir els objectius de l'assignatura serà :

1.- Classes magistrals amb suport TIC per tal de desenvolupar els principals conceptes i nocions fonamentals de l'assignatura, amb exemples pràctics per a la seva millor comprensió.

2.- Casos pràctics avaluables sobre models de negoci d'empreses comunicatives actuals avaluables que exigiran a l'alumnat la recerca i lectura de material divers per tal de poder donar resposta a les preguntes formulades de forma adequada.

3.- Realització en grup d'una anàlisi d'un cas pràctic de creació d'empresa de comunicació.

4.- Tutories: L'alumnat disposarà d'unes hores on el professorat podrà ajudar-lo a resoldre dubtes sobre l'estudi de la matèria o sobre la resolució dels casos o exercicis pràctics.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura i estarà també disponible al Campus Virtual de l'assignatura, on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i tota la informació necessària per l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per motius de força major segons les autoritats competents, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
ANÀLISI PRACTIC	30 %	8	0,32	2, 4, 7
ESTUDI D'UN PLA DE NEGOCI D'UNA EMPRESA COMUNICATIVA	20 %	8	0,32	1, 5, 6
EXAMEN FINAL	50 %	3	0,12	2, 3, 4

AVALUACIÓ CONTINUADA

L'examen final constarà de dos parts :

1 part : Preguntes escollides sobre els exercicis pràctics elaborats.

2 part: Examen tipus test/preguntes curtes sobre la teoria i casos explicats a classe

AVALUACIÓ ÚNICA

L'avaluació única consisteix en les següents activitats i ponderacions :

- Teoria : 50 % Per a aprovar aquesta assignatura serà imprescindible aprovar aquest examen.
- Cas pràctic amb continguts i preguntes bàsiques per a assolir l'assignatura : 30 %
- Exercicis de discussió i aplicació de teoria estudiada : 20 %

L'avaluació única serà presencial i tindrà lloc el mateix dia que l'examen final dels estudiants que segueixen la evaluació contínua. La recuperació es farà de la mateixa forma que la resta d'estudiants

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

No avaluable

Segons el punt 9 de l'article 266 de la Normativa Acadèmica de la UAB, quan es consideri que l'estudiant no ha pogut aportar prou evidències d'avaluació, l'assignatura s'haurà de qualificar com a "no avaluable"

IA

En aquesta assignatura, no es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) en cap de les seves fases. Qualsevol treball que inclogui fragments generats amb IA serà considerat una falta d'honestedat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

Plagi

En cas que l'estudiant cometi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, aquest acte s'avaluarà amb 0, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Bibliografia

BÀSICA:

CEREZO, Pepe (2022) : Deconstruyendo los medios. Córdoba: Editorial Almuzara

CEREZO, Pepe (2018): Los medios líquidos. Barcelona:Editorial UOC.

NÚÑEZ, Victor (coord) (2022) : La empresa informativa en la era digital 2ª ed. Madrid: Ed. Centro de Estudios Financieros.

PALACIOS, Daniel(2022) Negocios Digitales. Madrid: Pirámide.

Material básico de estudio entregado en clase y elaborado por el profesorado.

COMPLEMENTARIA

BUENO, E. Organización de empresas. Estructura, procesos y modelos . 2ª Ed. Madrid: Pirámide.

URBANO, D. i RODRIGUEZ, LI. (2010) Guia per l'elaboració d'un Pla d'empresa. Departament de Treball. Generalitat de Catalunya.

Programari

RECOMANAT:

GOOGLE ADS

EQUATIV

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(SEM) Seminaris	71	Espanyol	segon quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	7	Espanyol	segon quadrimestre	tarda