SAN ISIDORO
CENTRO UNIVERSITARIO

Guía docente
Transformación Digital de la Empresa

Grado, centro y curso académico

GRADO	Comunicación
CENTRO	Centro Universitario San Isidoro, adscrito a la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla
CURSO ACADÉMICO	2026-2027

SUMARIO

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

2. RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

3. CONTEXTO

4. COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN EN LA ASIGNATURA

5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

6. METODOLOGÍA, ACTIVIDADES Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

7. CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA Y DE SUS COMPETENCIAS

8. BIBLIOGRAFÍA

9 CRONOGRAMA

SAN ISIDORO
CENTRO UNIVERSITARIO

1. Descripción de la asignatura

DENOMINACIÓN OFICIAL	Transformación Digital de la Empresa		
CÓDIGO IDENTIFICATIVO	404141		
CURSO Y SEMESTRE	4º curso. VII semestre		
UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS	Módulo IV. Historia y estructura de los medios de comunicación		
CRÉDITOS ECTS	6		
UNIDAD DOCENTE	Ciencias Sociales y Jurídicas		
CARÁCTER	OB (Obligatoria)		
IDIOMA DE IMPARTICIÓN	Castellano		
MODELO DE DOCENCIA	A1		
HORAS	HORAS TOTALES 150	PRESENCIALES 45	- Enseñanzas Básicas (EB): 31 - Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD): 14
		NO PRESENCIALES: 90	
		EVALUACIÓN: 15	

2. Responsable de la asignatura

CATEGORÍA	Profesor
NOMBRE COMPLETO	Pablo Morillo Pérez
EMAIL	pmorillo@centrosanisidoro.es

3. Contexto

Breve descripción de la asignatura

En la sociedad actual se está produciendo la liberalización y desregulación de la economía y las organizaciones empresariales están adquiriendo un gran protagonismo, ya que son las responsables del desarrollo económico de un país. El entorno competitivo global exige que las organizaciones sean gestionadas de forma eficaz y eficiente, poniendo especial énfasis en la gestión y organización del conocimiento y de los recursos humanos. Las empresas de comunicación no pueden vivir ajenas a esta realidad y necesitan que se les apliquen las modernas técnicas de gestión en aras de garantizar su supervivencia y su éxito.

Esta asignatura constituye un eslabón esencial en la formación de profesionales de la Comunicación. Los egresados de estas titulaciones se desarrollarán como personas y profesionales en el seno de las organizaciones empresariales, por lo que deben conocer las claves de su funcionamiento para desenvolverse con soltura y alcanzar el éxito empresarial. Asimismo, muchos de los/las estudiantes llegarán a ser empresarios y crear sus propias empresas o desempeñar cargos directivos en las mismas, por lo que las nociones básicas de gestión son esenciales para que saquen el máximo partido posible a sus habilidades técnicas, humanas y conceptuales.

En este sentido, esta asignatura pretende, en primer lugar, contextualizar y dar a conocer el entorno empresarial donde el alumno egresado ejercerá su profesión; y en segundo lugar dotar al alumnado de las habilidades y los conocimientos teórico-prácticos fundamentales en relación con la gestión de empresas de comunicación. Para ello se pone el acento en la singularidad de este tipo de empresas y se desarrollan con detalle las distintas funciones de los administradores: planificación,organización y dirección de recursos humanos.

Además, de entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible adoptados en la 70.ª Asamblea General de las Naciones Unidas, y alineados con el compromiso del centro en la obtención de los ODS de la Agenda Mundial de Educación 2030, el alumnado deberá enfocar los ejercicios de participación y las prácticas de clase desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 5, 8 y 12 . Es decir, los trabajos desarrollados deberán garantizar en su enfoque la igualdad de género, fomentar la creación de empresas que promuevan un trabajo decente y un desarrollo económico sostenible y cuya finalidad sea publicitar y comunicar unos productos y servicios con el fin de provocar un consumo responsable.

En la medida en que sea procedente, se incluirán contenidos dirigidos a la capacitación para la prevención, sensibilización, detección y formación en materia de violencias sexuales, conforme a la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual.

Objetivos en términos de resultados del aprendizaje

Una vez cursada la asignatura el alumnado:

- Entiende el nuevo contexto productivo, social y comunicativo originado por las nuevas tecnologías digitales aplicadas a la comunicación.
- Entiende el concepto de empresa bajo una perspectiva sistémica, aprendiendo a analizar las empresas de comunicación desde los enfoques externo e interno al mismo tiempo.
- Aprecia la singularidad de las empresas de comunicación frente a otros tipos de empresas y conocer cómo esta singularidad afecta a su gestión.
- Analiza la planificación como proceso esencial en las empresas. Aprender a desarrollar una planificación estratégica unitaria de las organizaciones, desde el establecimiento de la misión hasta la definición de los objetivos y el diseño de la estrategia.
- Conoce las claves para una gestión adecuada de los recursos humanos.
- Crea un plan de negocio aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la materia.
- Resuelve los problemas propios de las empresas de comunicación mediante el uso adecuado de las herramientas de gestión.

Prerrequisitos

No procede

Recomendaciones previas a cursar la asignatura

Se recomienda a los/las estudiantes leer artículos y bibliografía referidos a estos contenidos, para que de este modo puedan identificar la aplicabilidad de los contenidos tratados en esta materia.

Aportaciones al plan formativo

Esta asignatura está ubicada en el séptimo semestre del cuarto curso del Grado en Comunicación, en el Módulo IV Historia y Estructura de los Medios de Comunicación. En ella a lo

largo del curso, los/las estudiantes deberán adquirir el conocimiento y la comprensión en la gestión de empresas de Comunicación.

Esta asignatura tiene una relación directa con estas asignaturas ubicadas en su mismo módulo: “Historia y Estructura de los Medios de Comunicación” y “Teoría y Estructura de la Comunicación Digital”.

4. Competencias que se desarrollan en la asignatura

a) Competencias básicas

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.

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.

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.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

b) Competencias generales

G08 - Capacidad para comprender y analizar la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a los medios de comunicación, la empresa publicitaria y la empresa de relaciones públicas.

c) Competencias transversales

CT01 - Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.

CT02 - Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.

CT05 - Capacidad para el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo para la consecución de un objetivo común y previo.

CT07 - Adquirir habilidades para liderar un equipo.

CT09 - Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

CT10 - Localizar y gestionar documentación e información.

CT11 - Capacidad de adaptación a nuevas necesidades y cambios en el entorno tecnológico y empresarial.

CT13 - Generar ideas emprendedoras e innovadoras con iniciativa en el diseño y la gestión de proyectos.

d) Competencias específicas

CE13 - Capacidad para comprender, analizar e identificar la estructura de los medios de comunicación, de su gestión, y de sus diferentes soportes y formatos a lo largo de la historia y en la actualidad.

CE20 - Capacidad para valorar la incidencia e impacto social de las tecnologías informativas y de la comunicación contemporánea y su influencia en los contenidos de los medios, los géneros, el diseño de la información, y las rutinas profesionales.

5. Contenidos de la asignatura

1. LA EMPRESA DE COMUNICACIÓN
1.1. Concepto de empresa: empresa de comunicación.
1.2. Características distintivas de las empresas de comunicación.
1.3. Las industrias de la comunicación
1.4. El entorno de la empresa de comunicación. Tendencias actuales.

2. ¿QUIÉNES COMPONEN UNA EMPRESA DE COMUNICACIÓN?
2.1. Administración y gerentes.
2.2. Las funciones de la administración.
2.3. Roles y habilidades de los gerentes.
2.4. La motivación

2.5 El liderazgo

3. LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS DE COMUNICACIÓN
3.1. Importancia de los recursos humanos en las empresas de comunicación.
3.2. El análisis de puestos de trabajo.
3.3. El proceso de selección de los recursos humanos.
3.4. La formación en la empresa de comunicación.
3.5. Las partes de la organización.
3.6. Diseño de puestos de trabajo.
3.7. Diseño de la estructura.

4. LA GESTIÓN ON-LINE DE LA EMPRESA DE COMUNICACIÓN
4.1. Modelos on-line de comercialización y distribución
4.2. Herramientas on-line de gestión empresarial
4.3. LABS empresariales

5. EMPRENDER EN COMUNICACIÓN
5.1. Emprendimiento y autoempleo en el mercado de la comunicación.
5.2. Los ecosistemas emprendedores: Incubadoras, viveros, aceleradoras y las ayudas
5.3. La figura del freelance
5.4. El caso de el desmarque. Innovación y emprendimiento en periodismo

6. MONTAR UNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL
6.1. Tipos
6.2. Recursos
6.3. Financiación

7. LA CREACIÓN DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD
7.1. La idea de negocio
7.2. El plan de empresa
7.3. Pasos para comenzar a trabajar en nuestra agencia de comunicación, publicidad y/o rr.pp.

8. PROYECTO DE EMPRESA
8.1. Crea tu propia empresa

6. Metodología, actividades formativas y recursos para el aprendizaje

Las metodologías docentes quedarían divididas de acuerdo a las actividades formativas, según la Memoria de Verificación y atendiendo a la asignatura, en:

METODOLOGÍAS, ACTIVIDADES FORMATIVAS Y RECURSOS		HORAS
Actividades Presenciales (AP) Clases magistrales/expositivas (AP) Conferencias (AP) Realización de presentaciones en clase (AP) Ejemplificación y estudio de casos (AP) Seminarios (AP) Debates (AP) Exposición de trabajos en grupo (AP) Ejercicios de simulación (AP) Visitas a empresas (AP)	**Actividades Básicas (EB)** Se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de casos y debates. El estudiantado dispondrá en su plataforma virtual de las unidades didácticas proporcionadas por el profesor responsable de la asignatura, material complementario y bibliografía.	31
	Enseñanzas de Prácticas y de Desarrollo (EPD) Se imparten sobre grupos reducidos y su contenido versa sobre prácticas y casos que faciliten la adquisición de competencias por parte del estudiantado. Se fija como objetivo incrementar el conocimiento práctico de la asignatura. El alumnado dispondrá en su plataforma virtual del material necesario para desarrollar estas EPD.	14
Actividades Autónomas (AA) Clases magistrales/expositivas (AP) Conferencias (AP) Realización de presentaciones en	El alumnado realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura. El alumnado dispondrá en su	9

clase (AP) Ejemplificación y estudio de casos (AP) Seminarios (AP) Debates (AP) Exposición de trabajos en grupo (AP) Ejercicios de simulación (AP) Visitas a empresas (AP) Tutorías programadas (AA) Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA) Resolución de casos de forma interactiva (AA) Preparación de trabajos de curso (AA) Estudio personal (AA) Realización de actividades prácticas (AA) Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA) Comentario de texto (AA) Preparación de presentaciones (AA) Campus virtual (AA) Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas (AA)	plataforma virtual del material necesario para desarrollar ampliar su conocimiento en estas actividades autónomas, contando con bibliografía y material complementario.	
Actividades de Evaluación (AE) Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE).	Se realizarán una serie de pruebas orales y/o escritas. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	18

7. Criterios generales de evaluación de la asignatura y de sus competencias

El sistema de evaluación se regirá conforme a lo establecido por la Normativa de Evaluación de los Estudiantes de Grado de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla.

1ª convocatoria ordinaria (convocatoria de curso)	a) La calificación de la asignatura se rige por el principio de evaluación continua. b) Las calificaciones obtenidas en las distintas actividades de evaluación continua desarrolladas durante el periodo de docencia presencial se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades realizadas a lo largo de dicho periodo, las cuáles aparecen en el subapartado Sistema de evaluación. c) La participación en clase se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades asociadas a este apartado y realizadas en clase a lo largo del periodo de docencia. d) La prueba objetiva de evaluación final tendrá la calificación descrita en el sistema de evaluación e) La calificación de la asignatura será el resultado de sumar ponderadamente las notas anteriores.
2ª convocatoria ordinaria (convocatoria de recuperación de curso)	a) Si el alumnado superó con éxito las tareas desarrolladas durante el periodo de docencia, la prueba o pruebas de evaluación tendrán el mismo valor porcentual que en la convocatoria de curso, y la calificación final de la asignatura será el resultado de sumar las calificaciones obtenidas en las pruebas de evaluación continua con las obtenidas en la prueba o pruebas de evaluación de la convocatoria de recuperación de curso, respetando las ponderaciones que tengan. b) Los/las estudiantes que no hayan seguido el proceso de evaluación continua o no superaron las pruebas de evaluación, en la prueba o pruebas de evaluación finales correspondiente a la convocatoria de recuperación de curso, se les evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuran en la guía docente, a través del formato de prueba única. c) Aunque el o la estudiante haya superado con éxito el conjunto de las tareas desarrolladas durante el periodo de docencia, tendrá derecho a ser evaluado o evaluada del total de los conocimientos y competencias que figuran en la guía docente, optando al 100% de la calificación total de la asignatura, siempre que renuncie expresamente a la calificación obtenida en aquellas. El o la estudiante deberá comunicar esta circunstancia de modo expreso y por escrito al profesor responsable de la asignatura con un plazo mínimo de 10 días antes de la celebración de las pruebas, de cara a facilitar la organización del proceso evaluador. d) Los/las estudiantes que no superen la asignatura en las convocatorias ordinarias de curso, deberán matricularse de

	nuevo de la asignatura y desarrollar la misma siguiendo el proceso de aprendizaje y evaluación (continua o prueba única) sin que quepa acudir a convocatoria extraordinaria, salvo lo dispuesto en el apartado siguiente.
Convocatoria extraordinaria	Esta convocatoria es la correspondiente al mes de noviembre, que se activa a petición del alumnado siempre y cuando esté matriculado en todas las asignaturas que le resten para finalizar sus estudios de Grado, tal y como establece la Normativa de Progreso y Permanencia de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, así como la Normativa de Evaluación de los/las estudiantes de Grado de dicha Universidad. Se evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuren en la guía docente del curso anterior, de modo que permita obtener el 100% de la calificación correspondiente a la asignatura.

Los/las estudiantes inmersos en un programa de movilidad o en un programa de deportistas de alto nivel, así como los afectados por razones laborales, de salud grave o por causas de fuerza mayor debidamente acreditadas, tendrán derecho a que en la convocatoria de curso se les evalúe mediante un sistema de evaluación de prueba única. Para ello, deberán comunicar la circunstancia al profesor responsable de la asignatura antes del fin del periodo de docencia presencial.

La evaluación de la asignatura se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, enseñanzas de prácticas y de desarrollo y realización de ejercicios individuales o en equipo. La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

Para evaluar el cumplimiento de las competencias, se dispone de una tabla detalle donde se indica dónde se adquiere cada una de las competencias asociadas a la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN		PORCENTAJES	COMPETENCIAS
PRUEBA OBJETIVA ESCRITA U ORAL		**50%**	
Contenido	**Descripción**	**Porcentajes**	**Competencias**
Prueba objetiva final	La prueba integra los contenidos de los temas 1 al 7. Consta de preguntas teóricas tipo test y un caso práctico. El alumno debe mostrar los conocimientos teóricos adquiridos y su aplicación al caso práctico planteado.	50%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG06, CG11, CG13, CG14, CG18, CG21, CT01, CT09, CT11, CT13, CT15
EVALUACIÓN DE TRABAJOS O PROYECTOS, INDIVIDUALES O EN GRUPO REALIZADOS POR EL ALUMNO DURANTE EL PERIODO DE IMPARTICIÓN DE LA MATERIA		**37%**	
Contenido	**Descripción**	**Porcentajes**	**Competencias**
Caso práctico 1.1	A partir de los conocimientos adquiridos en el tema 1, el alumno los aplica al caso propuesto, reflexionando así acerca de la realidad de una empresa de comunicación.	**2%**	**CB1,CB2, CB3, CB4, CT01, CT09, CT10 y CE13**

Prueba intermedia de seguimiento	Se realizará al finalizar el tema 4 y abarca todos los contenidos tratados en los temas 1 al 4. Constará de preguntas tipo test.. La presentación a esta prueba es obligatoria, lo que implica que al alumno que no la realice se le calificará con un 0 en la misma.	**5%**	**CB1-CB2-CB3- CB5-CG08-CT09- CE13-CE20**
Plan de empresa **(Tema 8)**	Los alumnos, en grupos de 2 o 3 personas, elaborarán un plan de negocio realizando un estudio de mercado previo, el desarrollo del plan de empresa, el plan de marketing, el plan económico financiero y la viabilidad del proyecto.	**30%**	**CB1-CB2-CB3- CB4-CB5-CG8- CT01-CT09-CT10-CT11-CT13-CE13**
+			
PARTICIPACIÓN EN ENSEÑANZAS BÁSICAS Y ENSEÑANZAS DE PRÁCTICAS Y DESARROLLO		**13%**	
Contenido	**Descripción**	**Porcentajes**	**Competencias**
Caso práctico 2.1	Visualización de una película y análisis del caso de liderazgo	4%	CB1-CB2-CB3-CB4-CB5-CG8-CT01-CT09-CT10-CT11-CT13-CE13
Caso práctico 3.1	El alumnado tendrá que realizar una práctica sobre la conferencia de un profesional del sector de la publicidad	4%	CB1-CB2-CB3-CB4-CB5-CG8-CT01-CT02-CT05-CT07-CT09-CT10-CT11-CE13

Caso práctico 4.1	El alumnado deberá realizar una práctica sobre la conferencia de un profesional del sector del periodismo/productoras audiovisuales	4%	CB1-CB2-CB3- CB4-CB5-CG1- CG8-CT01-CT09- CT10-CT11-CT13- CE13
Asistencia y participación en clase	El componente práctico de parte de los contenidos de la asignatura justifica la aplicación de un porcentaje en el criterio de Participación. De ese modo, se adecua el aprendizaje del alumno a la progresión de los distintos contenidos de la asignatura. Se valorarán de manera positiva la actitud y la participación en clase.	1%	CB1-CB2-CB3- CB4-CB5-CG08- CT02-CT05-CT09 CE13-CE20

SISTEMA DE EVALUACIÓN (Examen de recuperación)		**PORCENTAJES**	**COMPETENCIAS**
PRUEBA ÚNICA (Solo para los alumnos o alumnas que no hayan superado la parte práctica de la asignatura)		**100%**	
Contenido	**Descripción**	**Porcentajes**	**Competencias**
Prueba objetiva escrita final	La prueba integra los contenidos de los temas 1 al 7. Consta de preguntas teóricas tipo test y un caso práctico. El alumno debe mostrar los conocimientos teóricos adquiridos y su aplicación al caso práctico planteado.	100%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG06, CG11, CG13, CG14, CG18, CG21, CT01, CT09, CT11, CT13, CT15

Al constituirse la evaluación continua como preferente, y en pos de valorar adecuadamente la adquisición de competencias, la entrega de los ejercicios se regirá por los siguientes criterios:

- La vía y modo de entrega será determinado específicamente en la ficha de descripción del ejercicio en cuestión, disponible en el Campus Virtual G-Workspace, en cada asignatura. Se establece en todos los casos una fecha de entrega concreta, variable según la carga del curso. No se podrán entregar los ejercicios fuera de fecha.

- Podrá exigirse para la superación de la asignatura la presentación obligatoria a cualquiera de las pruebas correspondientes a la convocatoria de curso y la obtención en las mismas de una calificación que acredite un dominio mínimo de las competencias vinculadas a la asignatura correspondiente.

8. Bibliografía

Bibliografía Básica:

Mochón, F. y Cardona, P. (2020). *Transformación digital de la empresa.* Marcombo.

Nieto, A. e Iglesias, F. (2000). *La empresa informativa*. Ariel Comunicación.

Jiménez-Marín, G. y Elias-Zambrano, R. (2022). *Emprender en Comunicación*. Pirámide.

Bibliografía Complementaria:

Chan Kim, W. y Maugorgne, R. (2015). *La estrategia del océano azul*. Profit Editorial S. L. Galán, J. (Coord) (2017). *Empresa informativa XXI. Planificación estratégica.* Síntesis.

Lavine, J.M. y Wackman, D.B. (1992). *Gestión de empresas informativas*. Rialp.

Sánchez-Gey Valenzuela, N. (2022). *Historia y estructura de la producción audiovisual*. Pirámide.

La comunidad educativa del Centro Universitario San Isidoro, adscrito de la Universidad Pablo Olavide de Sevilla, cuenta con su propio catálogo online de recursos en el Centro, y te facilita la lectura de manuales, monografías y artículos completos de la Biblioteca Digital de la UPO.

- Plataformas de lectura: OLABOOK y ELIBROS
- Herramienta de búsqueda simultánea: EUREKA

SEMANA	U.D.	MODALIDAD		DESCRIPCIÓN
		E.B.	E.P.D.	
01	0/1	x		Presentación de la asignatura Tema 1
02	1	x	x	Tema 1 Práctica Tema 1
03	2	x		Tema 2
04	2	x		Tema 2
05	2	x	x	Tema 2 Práctica Tema 2
06	3	x		Tema 3
07	3	x	x	Tema 3 Práctica Tema 3
08	4	x		Tema 4
09	4	x		Tema 5
10	5	x		Tema 5
11	5	x	x	Tema 6
12	7	x		Tema 7
13	7	x		Tema 7
14	8	x	x	Exposiciones Plan de empresa (Tema 8)
15	1-7			Repaso

U.D.: Unidad Didáctica / **E.B.**: Enseñanzas Básicas / **E.P.D.**: Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo