



UNIVERSITAT
JAUME I

EMPRESAS DE COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Curso 2025-26

Profesorado:

Estela Bernad Monferrer, Juan Carlos Barreda
Cruselles

bernad@uji.es

cruselle@uji.es

964729826

HC1104DD



UNIVERSITAT
JAUME•I

INTRODUCCIÓN

0.1 Contenido de la asignatura: una visión práctica

Objetivos:

- 1º.- Comprender cual es el funcionamiento y organización de las empresas, para trasladar posteriormente estos conocimientos al mundo de las empresas de Comunicación.
- 2º.- Entender el entorno de la empresa, en el que, en cualquier caso deberá desarrollarse la vida laboral del Licenciado/a en Publicidad y Relaciones Públicas.
- 3º.- Conocer el lenguaje especializado de las empresas.
- 4º.- Obtener la información / formación necesaria para poder plantearse la creación de la propia empresa, dentro de la corriente emprendedora, cada vez mas en boga.



0.2. Metodología

Objetivos:

1º.- Teoría: Información y profundización en los conceptos fundamentales que nos ayuden a comprender las empresas de comunicación.

2º.- Prácticas:

A) Obtener la información necesaria para ser capaces de crear una empresa de comunicación.

Profesorado suministra información

Estudiantado, elaboración individual de su material

B) Investigar con casos reales recogidos de los medios de comunicación, la problemática que rodea en la actualidad, las empresas de comunicación.

3º.- Manejo del lenguaje empresarial



UNIVERSITAT
JAUME I

0.2. Metodología

Objetivos:

- 1º.- Clases participativas.
- 2º.- Se recomienda iniciar el estudio de los temas previamente a la clase.
- 3º.- El conocimiento recibido en cada clase sirve de sustento para las inmediatas.
- 4º.- Incorporar al alumnado a la cultura empresarial.
- 5º.- Clases basadas en ejemplos.
- 6º.- Confianza en la propia fuerza y fe en las ideas del emprendedor.



TEMARIO

- Lección 0. Introducción/Presentación
- Lección 1ª. Empresa y empresario/a
 - 1.1. La empresa como realidad económica.
 - 1.2. Tipos de empresas.
 - 1.3. Áreas funcionales.
 - 1.4. La responsabilidad social en la empresa. Implementación de los ODS. El tercer sector.
 - 1.5. Empresas Vinculadas a la comunicación:
 - 1.5.5. Vinculadas a la Publicidad
 - 1.5.6. Vinculadas a las Relaciones Públicas
 - 1.5.6. Vinculadas al Periodismo
 - 1.5.6. Vinculadas a la Comunicación audiovisual
- Lección 2ª. Dimensión jurídica y problemas prácticos
 - 2.1. El derecho mercantil.
 - 2.2. Elementos jurídicos de la empresa.
 - 2.3. El empresario/a individual versus empresario/a social.
 - 2.4. Clasificación de sociedades mercantiles.
 - 2.5. Organización de las sociedades mercantiles.
- Lección 3ª. Entorno económico
 - 3.1. España y la Unión Europea. Entorno económico.
 - 3.2. La actividad económica: producción, renta y gasto.
 - 3.3. Los mercados: de productos, de trabajo y de capitales.
 - 3.4. El sistema de precios: la oferta y la demanda.
 - 3.5. Objetivos económicos: el crecimiento, el paro, la inflación y el déficit.
 - 3.6. El dinero: la política monetaria.
 - 3.7. El desarrollo.



. Lección 4ª. Los Recursos Humanos en la Organización empresarial

4.1. La comunidad laboral

- 4.1.1. Concepto
- 4.1.2. La eficacia
- 4.1.3. Los conflictos. El cambio de organización.
- 4.1.4 Salario y protección al trabajador/a.

4.2 La relación laboral

- 3.2.1. El contrato de trabajo
- 3.2.2. Los sindicatos
- 3.2.3. La seguridad social

. 5ª. La toma de decisiones

5.1. La decisión empresarial.

5.1.1. Fase y elementos en la resolución de problemas

5.1.2. Tipos de decisiones

5.2. Los objetivos.

5.2.1. factores para alcanzar los objetivos

5.3. Planificación y control de gestión.

5.2.1. Componentes de la planificación

5.2.2. Plan general de la empresa

. Lección 6. La comunicación y el mercado

6.1. Análisis y medición de la demanda.

6.2. Análisis de la producción y los costes.

6.3. Los precios de mercado y la comunicación.



UNIVERSITAT
JAUME I

TEMARIO PRÁCTICAS

- A. PROYECTO 1: Creación de una empresa de comunicación.
- B. PROYECTO 2. Elaboración de trabajos académicos: Seguimiento de medios
- C) Seminario: Durante el curso se realizará un seminario/taller y otras actividades vinculadas con la asignatura.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO FINAL:
diciembre.



UNIVERSITAT
JAUME I

NORMAS GENERALES DE PRESENTACIÓN:

- GRUPOS DE PRÁCTICAS: de cuatro a seis personas.
- A tener en cuenta: cada sesión de las diferentes prácticas debe ser entregada por el grupo en el aula virtual, en la fecha indicada por el profesorado y en el idioma preferido por el alumno o alumna (valenciano, castellano, inglés, francés).
- Se deben entregar en la fecha indicada, nunca después de la fecha seleccionada para la entrega. Las prácticas no entregadas por el grupo no serán puntuadas.
- Las prácticas de creación de empresa se entregarán a los 15 días de su realización, las de seguimiento de medios, el mismo día de su presentación según calendario.
- Se tendrá en cuenta en la puntuación las faltas de redacción y ortografía, tanto en la parte práctica como en los exámenes de teoría.
- Se podrán utilizar por parte del estudiantado todas las herramientas que ayuden al aprendizaje, incluida la I.A., aunque realizando un uso ético y respetando la rúbrica expuesta por el profesorado.

USO ÉTICO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

- El uso de la inteligencia artificial debe ser ético, responsable y con pensamiento crítico. Estos principios deben asegurar un uso consciente, informado y alineado con los valores propios de la formación universitaria:
 - **Ayuda:** La IA es un complemento. El trabajo intelectual principal debe ser del estudiantado.
 - **Transparencia:** Siempre se debe documentar cuándo y cómo se utiliza IA.
 - **Atribución:** Todo contenido generado por IA ha de citarse adecuadamente.
 - **Responsabilidad:** Es importante reconocer las limitaciones y sesgos de las herramientas utilizadas
- Normativa UJI:
 - <https://ujiapps.uji.es/ade/rest/storage/PQ78IBHSNLDOTJULUG57UHUIE8UQLUKB>
- Más información sobre recomendaciones UJI:
 - <https://cent.uji.es/pub/ia-estudiantat/>



A. PROYECTO 1: Creación de una empresa de comunicación.

Este año la forma jurídica para crear la empresa será la forma jurídica de una sociedad cooperativa.

- Cada una de estas prácticas se describe en documentos guía que se pondrán a disposición del alumnado, o se irán colgando en el aula virtual.
- Seguirán, aproximadamente esta estructura:
 - Práctica 1: trámites previos a la constitución de la sociedad. Antecedentes, Diagnóstico, PESTEL, oportunidad, DAFO, CAME. Mapa de Públicos, Benchmarking... (Septiembre)
 - Práctica 2: Tramites jurídicos, constitución empresa y otorgamiento de la escritura, trámites tributarios, seguridad social y ayuntamiento.... (octubre)
 - Práctica 3: manual de identidad visual corporativa y ejemplificar sus aplicaciones. Antecedentes de la empresa. (octubre)
 - Práctica 4: plan de marketing. (Aplicativo del mix del marketing y desarrollando sus tácticas en cada uno de los criterios del marketing-mix). (, noviembre)
 - Práctica 5: plan de organización, inversión y financiación. (noviembre)



UNIVERSITAT
JAUME I



Any Internacional de les Cooperatives

Les cooperatives construeixen un món millor



A. PROYECTO 1: Creación de una empresa de comunicación.

- Las prácticas de creación de empresa se realizarán en clase.
- El profesorado explicará la práctica y a continuación, el alumnado, trabajará la práctica con su grupo y en la misma aula, aplicando lo explicado a la empresa que están creando. El profesorado supervisará este trabajo.
- Para ello se recomienda traer al aula ordenador portátil, tableta o cualquier dispositivo que permita avanzar en el trabajo.
- Se realizará una única presentación oral al final del trabajo.



UNIVERSITAT
JAUME I

B. PROYECTO 2. Elaboración de trabajos académicos: Seguimiento de medios

- Cada grupo puede elegir, con carácter optativo y para la elaboración de cada dossier un medio de comunicación diferente, según los temas sobre los que se trabajará.
- Cada grupo elaborará un dossier quincenal (el profesorado indicará si, por cuestiones ajenas, se viera alterada la periodicidad, en su momento) del tema a tratar. Los temas seleccionados pretenden reforzar los apartados teóricos y serán:
 1. Género y Empresas de Comunicación
 2. Responsabilidad Social Corporativa en los Medios de Comunicación
 3. Intangibles y medios de Comunicación
 4. Los medios de comunicación como empresas.
 5. Decisiones empresariales notorias (aparición en medios).



UNIVERSITAT
JAUME I

Trabajo Seguimiento de medios

- Presentación en clase: Oral
 - Todos los miembros
 - Soporte libre (Power point, audiovisual etc)
 - Estructurada
- Presentación escrita: On line (No soporte papel)
 - Portada: Título, tema, nº práctica, Grado, grupo de prácticas, Nombre del grupo, nombre de los integrantes, logo UJI.
 - Contenido estructurado: Noticia, hipótesis de partida, objetivos, Marco teórico, conclusiones, bibliografía.
 - Maquetación libre. Importante, buscar imágenes.
 - Uso ético de las herramientas y fuentes . Integridad académica.
 - Incumplimiento de las pautas puede comportar ser calificado con 0 puntos.



UNIVERSITAT
JAUME I

- Cada 15 días se presentará al profesorado por grupo, una practica de seguimiento de medios.
- Se deberá hacer en formato elegido por el alumnado (Power Point, pizarra, etc.) siguiendo las pautas fijadas en las prácticas anteriores.
- La duración de la presentación de la práctica será de 10 minutos, penalizándose aquellas prácticas que no lleguen a los 8 minutos y las que excedan de los 12 minutos.
- En la presentación deberán intervenir todos los miembros del grupo.
- Se valorará las técnicas de lenguaje verbal y no verbal, la fluidez y la claridad así como el corporativismo. (Lenguaje, indumentaria, logos...). También la originalidad y la creatividad.
- Se entregará el trabajo y la presentación en el aula virtual.



UNIVERSITAT
JAUME I

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO FINAL

- Duración: todo el curso.
- Cronograma: Cada 15 días se presentará al profesorado, por grupo, una de las fases explicadas anteriormente en clase.
- La presentación final de la practica A se deberá hacer en formato elegido por el alumnado (Power Point, pizarra, etc.) siguiendo las pautas fijadas en las prácticas anteriores.
- La duración de la presentación de la práctica A será de 15-20 minutos aproximadamente.
- Cada una de las fases se valorará de 0-10 (incluida la presentación) y la nota total de la Práctica A será la media de todas sus fases.



UNIVERSITAT
JAUME I

SEMINARIO

- Tendremos distintas actividades vinculadas con la asignatura:
- CONCOVAL (Confederació de Cooperatives de la Comunitat Valenciana) realizará uno o varios seminarios en los que explicará al estudiantado lo qué son las cooperativas, sus diferentes clases y los apoyos que pueden recibir sus grupos promotores, así como explicarán algún caso cooperativo vinculado con las empresas de comunicación.
- SECOT (Seniors españoles para la cooperación técnica) asociación para el emprendurismo, realizará una sesión de apoyo a la juventud emprendedora.
- INTRAS (Instituto investigación trafico, seguridad y movilidad), sesión dedicada a la comunicación y el tráfico.



EXÁMENES

- 14 de ENERO DE 2023 (9 hs.)
- 2 de JUNIO DE 2023 (9 hs.)
- Examen tipo test
- Preguntas del temario teórico
- Preguntas vinculadas con las prácticas.