

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Gestión de proyectos

Materia: Empresa

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Cuarto

Semestre: Primero

Curso Académico: 2026-2027

1. Índice

1.	Índice	2
2.	Presentación	3
02.1	Descripción	3
02.2	Aplicaciones profesionales relevantes	3
3.	Resultados de aprendizaje de la titulación	4
4.	Resultados de aprendizaje de la materia	5
5.	Contenidos	5
6.	Metodología	7
7.	Evaluación	7
8.	Bibliografía	9
8.1	Bibliografía básica	9
8.2	Bibliografía complementaria	9

2. Presentación

02.1 Descripción

La **Gestión de Proyectos**, también conocida como Dirección de Proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas con el objetivo de ayudar a individuos, grupos y organizaciones públicas y privadas a:



Una gestión de proyectos eficaz y eficiente permite a las organizaciones:

- Ligar los resultados del proyecto a los objetivos del negocio.
- Competir de manera eficaz en sus mercados
- Sustentar la organización
- Responder al impacto de los cambios en el entorno del negocio

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

La asignatura proporciona una comprensión y práctica básica como miembro de un equipo o participante en un proyecto de cualquier tipo. Para lograr el dominio de la función de jefe de proyecto, que no es el objetivo de esta asignatura, es necesario complementarla con una formación más especializada, típica de nivel Máster, e introducirse progresiva y prácticamente en proyectos más complejos con la debida supervisión. Por otro lado, también se constata que, como en muchos casos, las empresas requieren una certificación externa adicional.

3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 – El estudiante será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT4 – El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT5 – El estudiante podrá describir políticas de marketing y ventas como guía de la actividad empresarial teniendo en cuenta la cultura, la política y los objetivos de la empresa.
- RAT6 – El estudiante podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.
- RAT7 – El estudiante podrá aplicar las tecnologías digitales (en los momentos necesarios) en su ámbito de conocimiento.
- RAT8 – El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 – El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT10 – El estudiante será capaz de analizar las cuentas de explotación de las distintas unidades estratégicas de negocio de una empresa como base para el diagnóstico objetivo en la toma de decisiones comerciales y de marketing.
- RAT11 – El estudiante será capaz de desarrollar la estrategia de imagen, identidad y cultura de la empresa, de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing, en los canales de venta tradicionales y online.
- RAT12 – El estudiante será capaz de interpretar el análisis de datos e información, con visión crítica hacia los resultados.
- RAT15 – El estudiante será capaz de evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.
- RAT16 – El estudiante será capaz de aplicar la perspectiva de género en las tareas propias del ámbito profesional
- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT20 – El estudiante sabrá crear las estrategias sobre el mix de marketing, en coherencia con la política y los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta las estrategias de los competidores.
- RAT22 – El estudiante será capaz de diseñar planes comerciales centrados en el incremento del valor de los clientes de la empresa, aprovechando la dimensión digital de la empresa.
- RAT23 – El estudiante será capaz de diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, con balances sociales y alineadas con la misión y visión de la compañía.

- RAT24 – El estudiante será capaz de formular una estrategia comercial que considere los intereses y necesidades de los stakeholders para crear relaciones de confianza.
- RAT25 – El estudiante podrá desarrollar planes de comunicación interna y externa alineados con la estrategia corporativa como refuerzo del posicionamiento de la empresa en el mercado, la percepción de valor por los clientes y el compromiso de los empleados.

4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM1 – El estudiante será capaz de preparar de forma solvente un proyecto de marketing y comunicación digital aplicando la metodología de gestión de proyectos en un proyecto empresarial.
- RAM2 – El estudiante será capaz de utilizar correctamente las herramientas proporcionadas por la gestión de proyectos en la realidad empresarial.
- RAM5 – El estudiante será capaz de organizar en equipo, un proyecto de negocios en el que participen todos los departamentos de una empresa.

5. Contenidos

La Gestión de Proyectos, también conocida como Dirección de Proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas con el objetivo de ayudar a individuos, grupos y organizaciones públicas y privadas a:

1. **La Gestión de Proyectos. Conceptos básicos:**
 - 1.1. la historia de la gestión de proyectos,
 - 1.2. la definición del proyecto,
 - 1.3. taxonomías de clasificación de proyectos
 - 1.4. gestión de partes interesadas.
2. **Gestión de equipos:**
 - 2.1. Gestión de la integración y desarrollo organizacional,
 - 2.2. gestión del conflicto,
 - 2.3. gestión por objetivos,
 - 2.4. los 9 roles de Belvin,
 - 2.5. SAL,
 - 2.6. la escala de madurez de Tuckman,
 - 2.7. teorías de motivación y técnicas para la gestión e equipos.
3. **Gestión del Alcance:**
 - 3.1. alcance del producto y del proyecto,
 - 3.2. el “scope creep” y el “gold plating”, requisitos,
 - 3.3. la definición del alcance, la estructura de desglose del trabajo y validación del alcance.

4. **Gestión del Tiempo, seguimiento y control de un proyecto:**
 - 4.1. definición de las actividades, secuenciación de las actividades,
 - 4.2. gráficos de representación de proyectos,
 - 4.3. estimación de recursos y duraciones,
 - 4.4. gestión de los recursos del proyecto,
 - 4.5. método del camino crítico,
 - 4.6. diagrama de Gantt
 - 4.7. control/compresión del cronograma.
5. **Gestión de las comunicaciones del proyecto:**
 - 5.1. Requisitos de comunicación,
 - 5.2. tecnologías,
 - 5.3. tipos de comunicación,
 - 5.4. gestión de la comunicación.
6. **Gestión de los Costes:**
 - 6.1. Estimación de costes,
 - 6.2. línea base y reservas,
 - 6.3. costes de calidad,
 - 6.4. definición del presupuesto,
 - 6.5. gestión de adquisiciones y expansión del negocio,
 - 6.6. financiación de proyectos,
 - 6.7. control de costes con la gestión del valor ganado y estimaciones.
7. **Gestión de los Riesgos y plan de contingencia:**
 - 7.1. Actitudes frente al riesgo,
 - 7.2. tipos de riesgo,
 - 7.3. identificar riesgos,
 - 7.4. la matriz de probabilidad e impacto,
 - 7.5. el análisis de árbol de decisión
 - 7.6. análisis de respuesta.
8. **Gestión de la Calidad.**
 - 8.1. Ejecución y Seguimiento.
 - 8.2. Cierre del proyecto: la evolución histórica de la calidad,
 - 8.3. ISO 9000 y 25000,
 - 8.4. sistemas de calidad,
 - 8.5. auditorías,
 - 8.6. herramientas para la calidad (listas de verificación,
 - 8.7. diagramas de causa y efecto,
 - 8.8. diagrama de Pareto,
 - 8.9. diagrama de flujo, histogramas, gráficos de control y gráficos de dispersión.
9. **Metodologías Agile:**
 - 9.1. principios Agile,
 - 9.2. SCRUM:

9.3. roles, vocabulario y aplicaciones.

Aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa en la gestión de proyectos para asegurar una mejor comunidad sostenible y continuidad en la concienciación de su importancia.

6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
-----------------------	------

Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.

2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase

Evaluación continua

La nota final de la asignatura se calcula en base a la ponderación de tres bloques de evaluación, divididas en actividades evaluables:

- A. Examen parcial: 20%
- B. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, exposiciones: 40%
 - 1. Cuatro actividades evaluables: 5% cada una
 - 2. Un trabajo o informe grupal: 10%
 - 3. Una presentación en grupo: 10%
- C. Examen final: 40%

Únicamente se procederá a la ponderación de estos tres bloques, en caso de que la calificación del examen final sea igual o superior a 4.0. Si la calificación del examen final es inferior a 4.0, no podrá superarse la asignatura.

En caso de que la asignatura quede suspendida y, a su vez, la calificación del examen final sea inferior a 5.0, el estudiante puede recuperar el examen final con una prueba adicional. Si la nota ponderada de las actividades del apartado B fuese inferior al 5, esta es también recuperable. Con el resultado obtenido, se procederá al cálculo de la nota final de la asignatura según los criterios anteriores.

Los estudiantes que no se presenten a actividades evaluativas con un peso superior al 50% recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

Evaluación Única

La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final. En caso de obtener una calificación inferior a 5.0, el estudiante tiene derecho a un examen de recuperación.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar a coordinación una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia

La asistencia regular a las actividades docentes presenciales constituye un requisito académico fundamental para la adecuada adquisición de las competencias y resultados de aprendizaje de la asignatura. En este sentido, se establece una asistencia mínima obligatoria del 75 % del total de las sesiones programadas.

El incumplimiento de este porcentaje mínimo de asistencia conllevará la pérdida del derecho a presentarse al examen final de la asignatura. En consecuencia, el estudiante será calificado como suspenso, sin posibilidad de acogerse a procesos de reevaluación o segundas oportunidades, de acuerdo con la normativa académica vigente de la Universidad.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.
2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase.

8. Bibliografía

8.1 Bibliografía básica

- Easterby-Smith, M., Jaspersen, L. J., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). Management and business research. Sage.
- Project Management Institute. (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – 7th Edition*. Project Management Institute.
- Ortegon, A. M., Steil, A. V., Aguilera, D. A. A., Macías, M. E. U., Ortíz, S. M. D., Macgregor, I. P., ... & Pérez, P. E. (2023). *La gerencia de proyectos como impulsor de la estrategia organizacional*. Universidad EAN.
- Trujillo Falla, L. F., & Pérez Amaya, A. (2023). Gestión de proyectos como ventaja competitiva en las organizaciones.
- Raga Pascual, F. (2022). Entorno AGILE en la dirección y gestión de proyectos: metodologías y aplicación de la técnica en diferentes sectores de negocio.
- Kerzner, H. (2022). *Project management case studies*. John Wiley & Sons.
- Schwalbe, K. (2022). *Information Technology Project Management* (10th ed.). Cengage Learning.
- Wysocki, R. K. (2019). *Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme* (8th ed.). Wiley.

8.2 Bibliografía complementaria

- Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias. (2021) GUÍA PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS. Plan de Empresa. Centro Europeo de Empresas e Innovación del Principado de Asturias