

PROGRAMA DE GESTION DE MEDIOS INFORMATIVOS					
I.- DATOS GENERALES					
Nombre de la Carrera o Programa: COMUNICACIÓN SOCIAL					
Nombre de la Asignatura: Gestión de Medios Informativos					
Departamento y/o cátedra: Periodismo					
Concentración: Periodismo					
Régimen: <i>Semestral</i>			Número de Unidades Crédito: 5		
Ubicación en el plan de estudios: Semestre A					
Tipo de asignatura:			N° horas semanales:		
Obligatoria	x	Electiva	Teóricas:	2	Prácticas/Seminarios 2
Prelaciones/Requisitos:			Asignaturas a las que aporta: Deontología Periodística; Periodismo Transmedia; Periodismo de Investigación; Trabajo final de la concentración Periodismo		
Fecha de aprobación del Programa por el Consejo de Facultad: 22/2/2016					

II.- JUSTIFICACIÓN	
<p>Esta asignatura procura proporcionar competencias al estudiante para gestionar proyectos en empresas de comunicación, ya sea en el ámbito público, privado o comunitario, con miras a que el profesional en formación sea capaz de desarrollar actividades en este entorno o para investigarlo.</p> <p>Se espera que los alumnos sean competentes para identificar las particularidades específicas de las empresas de comunicación, sus áreas y funciones claves, así como los ámbitos profesionales, de negocio y culturales en los que se desempeñan. Podrán también reconocer los distintos actores que intervienen en el ámbito de la empresa de comunicación, las tendencias del sector, al tiempo que deberán manejar los fundamentos para una gestión efectiva de este tipo de empresas, todo ello dentro de un marco ético y de responsabilidad social.</p>	
III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS	
Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:	
Competencia general: Aprender a trabajar con el otro	
Actúa eficazmente en nuevas situaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica los cambios que ocurren en su entorno 2. Analiza las demandas y los recursos disponibles para afrontar la nueva situación 3. Propone diversas opciones para abordar

	<p>nuevas situaciones</p> <p>4. Ejecuta exitosamente acciones para afrontar nuevas situaciones</p> <p>5. Valora el impacto de su acción en sí mismo y en otros</p>
Formula y gestiona proyectos	<p>1. Diagnostica necesidades que pueden ser abordadas por proyectos</p> <p>2. Formula proyectos de acuerdo con las necesidades del contexto</p> <p>3. Gestiona las acciones del equipo para ejecutar el proyecto</p> <p>4. Evalúa los resultados del proyecto</p> <p>5. Comunica a otros las lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto</p>
Competencia profesional básica: Aprender a interactuar en el contexto global	
Se desempeña eficazmente en contextos internacionales	<p>1. Valora la diversidad cultural en escenarios globales</p> <p>2. Transfiere prácticas culturales efectivas a otros contextos</p>
Competencia profesional básica: Interpreta la realidad social	
Interpreta problemáticas sociales con sentido crítico, reflexivo y ético	<p>1. Contextualiza problemáticas desde una perspectiva histórica y cultural</p> <p>2. Analiza problemáticas de la realidad social de manera crítica, reflexiva y autónoma, haciendo uso de conceptos y procedimientos de las ciencias sociales</p> <p>3. Articula el conocimiento de la realidad con valores y principios éticos</p>
Competencia profesional básica: Gestiona proyectos comunicacionales	
Formula proyectos comunicacionales	<p>1. Define los objetivos de un proyecto</p> <p>2. Determina los recursos disponibles y los necesarios para ejecutar el proyecto</p> <p>3. Analiza las características de la audiencia objetivo</p> <p>4. Diseña estrategias comunicacionales</p> <p>5. Determina los medios apropiados según los</p>



	<p>mensajes y las audiencias</p> <p>6. Define criterios para evaluar el proyecto a lo largo de su desarrollo</p>
Competencia profesional específica: Crea textos periodísticos	
Evalúa el texto	<p>1. Maneja equitativamente las fuentes informativas en términos de variedad, cantidad y perspectivas diferentes</p> <p>2. Evalúa el texto según criterios periodísticos</p>

IV.- CONTENIDOS	
Unidad I. Las organizaciones y la comunicación social	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las organizaciones, concepto y justificación. Tipología. Las organizaciones de la comunicación social. La toma de decisiones y la solución de problemas 2. La responsabilidad social corporativa y la ética en los negocios. Administración de medios de comunicación social en el entorno global 3. Emprendimiento y sus factores. La responsabilidad social de la empresa de comunicación
Unidad II. Especificidades de la empresa de comunicación social	<ol style="list-style-type: none"> 1. Características específicas de la empresa de comunicación. Medios según el tipo de propiedad (estatales, privadas y del tercer sector) y según su forma jurídica. Medios sociales y nuevos medios 2. Lógicas de las empresas de comunicación (artística, de servicio y económica), naturaleza cultural y económica 3. Situación de las empresas y medios de comunicación en Venezuela
Unidad III. Planificación y gestión en la empresa de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificación táctica y operativa. Análisis del entorno de la empresa. Entorno general. Análisis Pestel y DOFA. Alianzas estratégicas. <i>Marketing</i> específico de las empresas de comunicación 2. El proceso de producción. Tipos de procesos productivos. Particularidades financieras del sector de medios. Indicadores de la salud financiera de una empresa de medios 3. Calidad en las empresas de comunicación. El problema de la definición de la calidad. La cantidad como calidad (<i>rating</i>, circulación, tráfico-<i>clicks</i>) 4. Tipos de control: preliminar, de proceso, de resultados
Unidad IV. Gestión de personas y procesos	<ol style="list-style-type: none"> 1. El liderazgo. Definición y conceptos básicos. Psicología del liderazgo. Teorías del liderazgo 2. Gestión de personal, gestión de equipos y grupos de trabajo 3. El cambio y la incertidumbre como escenarios permanentes. Conceptos básicos. Fuentes del cambio. Modelos de procesos de cambio. Resistencia al cambio y forma de superarla



V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	
DOCENTES	ESTUDIANTES
1. Clase magistral 2. Elaboración de contenidos colaborativos y formativos (Google docs, wikis, etc.) 3. Estudio de casos	1. Atención, participación y formulación de dudas en clases presenciales 2. Estudio de contenidos teóricos autoevaluables 3. Análisis creativo y crítico de textos y de casos
VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	
Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura <i>Gestión de Medios Informativos</i> son: <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de informes 2. Pruebas cortas orales o escritas 3. Debates y discusiones 4. Elaboración de proyectos y propuestas acordes con la asignatura 	

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
<p>TEXTOS</p> <p>Bibliografía básica general:</p> <p>Aznar, H. (1999). <i>Comunicación responsable</i>. Madrid: Paidós.</p> <p>Caro, F. (2007). <i>Gestión de empresas informativas</i>. Mc.Graw-Hill/Interamericana de España.</p> <p>Certo, S. (2001). <i>Administración moderna</i> (8ª edición). Prentice Hall.</p> <p>David, F. (1999). <i>La gerencia estratégica</i>. Legis.</p> <p>De Mateo, R.; Bergés, L.; Sabater, M. (2009). <i>Gestión de empresas de comunicación</i>. CS Comunicación Social Ediciones y Publicaciones Sevilla.</p> <p>Koontz, H.; Weihrich, H. (1990). <i>Administración</i>. México: McGraw Hill.</p> <p>Lavine, J.; Wackman, D. (1992). <i>Gestión de empresas informativas</i>. Madrid: Rialp.</p> <p>Robbins, S. (2000). <i>Comportamiento organizacional, conceptos, controversias y aplicaciones</i>. México: Prentice May Hispanoamericana.</p> <p>Rucker, F.; Williams, H. L. (1977). <i>Organización y administración de periódicos</i>. Buenos Aires: Marymar.</p> <p>Sánchez-Tabernero, A. (2000). <i>Dirección estratégica de empresas de comunicación</i>. Madrid: Cátedra.</p> <p>Sohn, A. et al. (1988). <i>La dirección de la empresa informativa</i>. Barcelona: Paidós.</p> <p>Tallon, J. (1981). <i>Empresa y empresario de la información</i>. Madrid: Dossat.</p>

