



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

CODIGO		SEMESTRE	U.C	DENSIDAD HORARIA				PRE - REQUISITO
ASIGNADO	EQUIVALENTE			H.T	H.P/H.L	H.A.	THS/AÑO	
GCS-723		VII	2	1		2	3/48	S/P

Especialista en contenido:	LIC. ELSA RAMIREZ DEPABLOS LIC. MIGDALIA COELLO	AUTORIZADO POR: VICE-RECTORADO ACADÉMICO (FIRMA Y SELLO)
Fecha de elaboración:	JUNIO, 2.001	
Elaborado por:	LIC. ELSA RAMIREZ DEPABLOS LIC. MIGDALIA COELLO	

FUNDAMENTACION

Esta asignatura permitirá abordar el estudio de los procesos gerenciales con el fin de contribuir a la orientación de los estudiantes, en el manejo de técnicas y uso de herramientas que les permita aplicar los conocimientos adquiridos.

Este programa comprende cinco unidades temáticas a saber:

- I Unidad: La Organización y sus Funciones.
- II Unidad: Fundamentos de Administración.
- III Unidad: Gerencia y Liderazgo.
- IV Unidad: Como Gerenciar la Comunicación.
- V Unidad: Proyecto de una Empresa Comunicacional.

Las cuales se les aplicará algunas modalidades y estrategia de enseñanza como las siguientes: Trabajo en Equipo, Exposiciones, Discusión Grupal, Recursos audiovisuales, lectura de textos, Videos.

Así mismo se podría utilizar las estrategias de estudios siguiente: Investigación, análisis de casos, conferencias o charlas, interrogatorio, visitas a empresas.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Diseñar un proyecto de empresa comunicacional aplicando las técnicas organizacionales.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
LA ORGANIZACIÓN Y SUS FUNCIONES		RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LA ESTRUCTURA Y FUNCIONES ORGANIZACIONALES Y SU RELACIÓN CON LA GERENCIA COMUNICACIONAL.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Definir la organización y sus funciones. 2. Describir los diferentes tipos de organización. 3. Señalar las características. 4. Describir la teorías organizacionales. 5. Definir los diferentes tipos de comunicación en la organización.	• La organización y sus funciones • Teorías de la Organización: Clásica, Humanística, de Sistema y Contingente. • La Comunicación y la Organización.	• Exposición. • Discusión grupal. • Revisión grupal. • Trabajo en Equipo.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
▪ Prueba oral. ▪ Presentación de Informes. ▪ Talleres.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN		CONOCER EL PROCESO ADMINISTRATIVO PARA COMPRENDER LA GERENCIA COMUNICACIONAL.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
10 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Definir el proceso administrativo y su vinculación con la comunicación. 2. Explicar las características del proceso administrativo.	• Fundamentos de administración. • El proceso administrativo en la empresa. • Organización. • Planificación. Análisis FODA. Estrategias. • Coordinación, integración. • Dirección. • Control. • Evaluación y seguimiento.	• Discusión grupal. • Revisión bibliográfica. • Trabajo de Equipo.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Prueba corta. • Presentación de Informes.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
LA GERENCIA Y LIDERAZGO		INTERPRETAR LOS DIFERENTES ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL PROCESO GERENCIAL.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Definir que es Gerencia. 2. Describir las características de la gerencia. 3. Analizar las distintas teorías de la gerencia. 4. Definir Liderazgo. 5. Tipos de Liderazgo. 6. Establecer diferencias entre gerente y líder. 7. El cambio organizacional y su importancia en la gerencia comunicacional.	• La Gerencia. • Definición. Origen del concepto. • Diferencias entre gerencia y administración. • Labor del gerente. • Las teorías gerenciales. • Liderazgo. Tipos. • Diferencias entre líder y gerente. • Resistencia al cambio organizacional.	• Discusión grupal. • Revisión bibliográfica. • Trabajo en equipo.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Talleres. • Exposición oral. • Prueba larga escrita.			

UNIDAD V		OBJETIVO TERMINAL	
DESARROLLO DE UN PROYECTO DE GERENCIA COMUNICACIONAL		ELABORAR UN PROYECTO FACTIBLE DE EMPRESA COMUNICACIONAL.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
40 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Identificar las etapas a seguir para la creación de una empresa de comunicación. 2. Diseñar un proyecto factible de empresa comunicacional.	• Introducción. • Objetivo general. • Objetivos específicos. • Justificación. • Marco teórico. • Modelo de la empresa comunicacional. • Organigramas, recursos humanos, financieros y tecnológicos. • Funciones de la empresa.	• Asesoría. • Revisión bibliográfica. • Exposición. • Discusión grupal. • Trabajo den equipo.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Trabajo de Investigación y campo. • Exposiciones.			

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
COMO GERENCIAR LA COMUNICACIÓN		ANALIZAR LA COMUNICACIÓN SOCIAL DESDE EL PUNTO DE VISTA DE GERENCIA MODERNA.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
3. Definir que es la gerencia de la comunicación. 4. Explicar los diferentes tipos de empresa de comunicación. 5. Definir la cultura organizacional.	• Cómo gerenciar la comunicación. • Tipos de empresa de comunicación: diarios, revistas editores, emisoras, radiales, estación de televisión, asesorías comunicacionales, agencias de publicidad y de noticias. • Diferencias entre una empresa comunicacional y otra no comunicacional. • Cultura organizacional.	• Discusión grupal. • Conferencia. • Revisión bibliográfica. • Trabajo en equipo.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Presentación Informe. • Prueba corta escrita. • Taller.			

BIBLIOGRAFIA

Balestrini Mirian. **Cómo se Elabora el Proyecto de Investigación.** Editorial Consultores Asociados. Caracas. Venezuela. 1998.

Segen Peter. **La Quinta Disciplina.** Editorial Graníca. Barcelona. España. 1994.

Naim Moises. **La Gerencia en Venezuela.** 1992.

Dnucker Peter. **Los Desafíos de la Gerencia para el Siglo XXI.** Editorial Norma. Barcelona. España. 1999.