



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN.

Identificación del módulo.

Nombre del módulo:	Administración de Empresas de la Comunicación.
Experto temático:	Paula Andrea Taborda Ortiz
Año y versión:	Año: 2013 Versión: 1
Número de créditos:	3

Estructura.

Elemento de competencia 1: Aplicar el concepto de administración y cómo se debe desarrollar la gestión de la comunicación

TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Tema 1: Desarrollo histórico de la dirección de empresas.	3	9
Tema 2: Teoría, Ciencia y Métodos de la Dirección de Empresas.	3	9

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

Elemento de competencia 2: Utiliza claramente las diferentes corrientes del pensamiento administrativo (escuelas en administración: clásica, humanística, estructuralista, neoclásica, enfoque del comportamiento y otros enfoques contemporáneos).

TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Tema 3: Planeación Estratégica.	4	12

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

Elemento de competencia 3: Utiliza los elementos base de la actividad mercadológica para la promoción de la comunicación.

TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Tema 4: Dirección de Marketing	4	12
Tema 5: Apuntes para un nuevo liderazgo	4	12

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

Elemento de competencia 4: Identificar y aplicar los conceptos básicos de la elaboración de proyectos, que sirvan de referente para el desarrollo y puesta en marcha de propuestas relacionados con el área de comunicación.



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN.

TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Tema 6: Conceptos básicos para la elaboración de proyectos.	4	12
Tema 7: 10 pasos que garantizan la quiebra de su negocio.	4	12

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

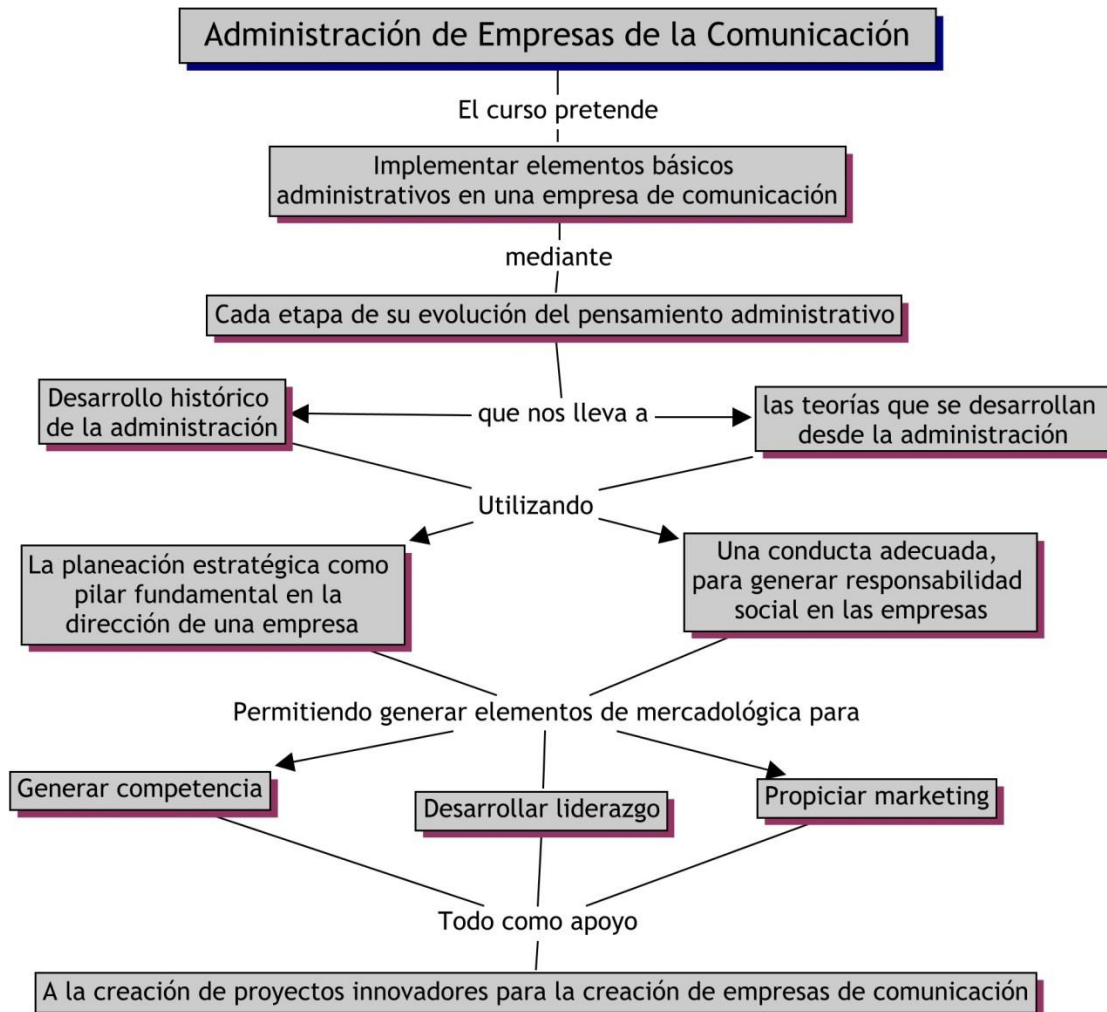
Elemento de competencia 5: Señalar las ventajas y limitaciones de la administración y describir la forma de superar estas últimas.

TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Tema 8: Los paradigmas de la administración.	3	9
Tema 9: Métodos para el desarrollo de la Gestión Empresarial.	3	9
Tema 10: Conducta ética y responsabilidad social en Administración.	4	12

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN.

Mapa conceptual



Metodología

Este curso es congruente con el modelo educativo de la Fundación Universitaria Católica del Norte, el cual promueve el aprendizaje significativo, investigativo y cooperativo de forma autónoma y grupal, donde interactúan constantemente los diferentes actores que intervienen en la construcción de conocimiento para evidenciar las competencias requeridas.

La metodología a utilizar en el desarrollo de este curso, será el Aprendizaje Basado en Problemas, el cual permitirá llevar al estudiante a interrelacionarse en cada uno de los elementos de competencia, donde la investigación y el análisis serán los pilares principales de su propia formación.

La interacción será la base principal del curso, que como en todo proceso de formación, y muy especialmente bajo ambientes virtuales, sobre todo cuando se intenta promover el desarrollo del



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN.

pensamiento crítico y reflexivo y ocurre en el momento en que se establecen intercambios comunicativos entre el facilitador y el estudiante, entre los estudiantes y también cuando el estudiante se enfrenta al análisis, lectura y retroalimentación de los materiales del curso y las actividades propuestas.

Las actividades de formación sugeridas por el facilitador se diseñan partiendo de los resultados de aprendizaje derivados de los criterios de desempeño del elemento de competencia que se trabaja en cada unidad, lo que le permitirá al estudiante comprender los temas mediante la realización de un proyecto, el cual se realizará por diferentes fases, para la verificación de las competencias alcanzadas.

Justificación

La Administración de Empresas es la herramienta más básica de una organización, pues esta nos posibilita la adquisición de recursos y su gestión, por esto podemos decir, que la Administración es de carácter universal, por lo que sus particulares más arraigadas las podemos encontrar en sus especificidad, ya que esta siempre se encuentra acompañada de ciencias de diferente índole, como lo es la contaduría, la ingeniería, la economía, y claro está la Comunicación Social, al igual que propicia efectividad a cada uno de los esfuerzos humanos, que permiten interrelacionarlos en cualquier organismo social.

El presente módulo promueve las habilidades de comprensión, frente a cada uno de los elementos de competencias que permitirán llevar al estudiante por un recorrido frente a un problema específico, brindando las pautas para la incorporación de las diferentes fases de un proyecto, a fin de ser aplicado en una empresa de comunicación.

Los procesos administrativos se componen de varias etapas, su importancia se establece de acuerdo al grado de aplicación en los diferentes procesos, pues esta brinda éxito a cualquier organismo ya que estos dependen de ella directa o indirectamente, de la administración de cualquier recurso, ya sea económico, gerencial o del recurso humano.

Administración de Empresas de la Comunicación, será la oportunidad del estudiante para desarrollar ideas innovadoras para la creación de proyectos en empresas de comunicación, por lo que este módulo le entregará los conocimientos y competencias necesarias para convertirse en grandes líderes que contribuyan al desarrollo empresarial de nuestro país.

Evaluación

La evaluación en los Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA) es un proceso permanente de formación que involucra de manera integral la autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación del aprendizaje.



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN.

En el curso el docente facilitador, los compañeros y Usted se convierten en evaluadores permanentes de sí mismos y de cada uno de los integrantes del grupo: conjuntamente analizan y valoran el proceso y los productos del otro para realimentar, consolidar o reorientar logros.

En consecuencia, su desempeño será evaluado a partir del seguimiento que varios actores hacen de los procesos relacionados con las situaciones de aprendizaje planteadas. Dicho seguimiento será tanto cualitativo como cuantitativo. De tal suerte, las participaciones argumentadas sobre los diferentes ejes temáticos que se publican a través de los medios tecnológicos que el facilitador y los estudiantes acuerdan utilizar para el debate y la construcción del conocimiento, se constituyen en evidencias y son objeto de evaluación. Igualmente lo son la presentación de tareas, evaluaciones, producciones escritas, socializaciones sincrónicas o asincrónicas y entregables de micro proyectos de curso o adelantos de su proyecto de investigación general, entre otros.

En el mismo sentido, Usted podrá autoevaluarse durante el proceso de acuerdo con los indicadores de evaluación establecidos. Revíselos con detenimiento antes de iniciar el curso, durante y después de construir las evidencias y dispóngase a dar lo mejor de sí para alcanzar un desempeño óptimo.

Evidencias de conocimiento. Apuntan al dominio cognoscitivo para procesar e identificar información relevante, su clasificación, su interpretación de manera útil, y la búsqueda de las relaciones entre información nueva e información adquirida previamente. Incluye el conocimiento de hechos y procesos, la comprensión de los principios, y teorías y las maneras de utilizar el conocimiento en situaciones cotidianas y nuevas.

Evidencias de desempeño. Evidencias del saber procedimental, relativas al cómo ejecuta el estudiante una actividad, en donde pone en juego sus habilidades, conocimientos y actitudes. Permiten recoger información directa, de mejor calidad y más confiable, sobre la forma como el estudiante desarrolla su proceso de aprendizaje y así poder identificar cuáles han sido sus logros y cuáles le faltan por alcanzar. Incluye las evidencias actitudinales.

Evidencias de producto. Son los resultados que obtiene el estudiante en una actividad que refleja el aprendizaje alcanzado y permite hacer inferencias sobre el proceso desarrollado, o método utilizado.

La valoración final será entonces el resultado de la integración de las diferentes actividades de aprendizaje. Dicha valoración se realizará de acuerdo con los indicadores de evaluación y los criterios específicos para cada una de las evidencias solicitadas como prueba de que el estudiante ha alcanzado las competencias que se esperan de él con el seguimiento de este curso.



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN.

Glosario

A

Análisis. Es la acción de dividir una información en tantas partes como sea posible, para reconocer su naturaleza, las relaciones entre éstas y obtener conclusiones objetivas del todo.

Autogestión. Es la gestión que se realiza por los trabajadores de una empresa.

B

Benchmarking. Es el método para el establecimiento de metas y medidas de productividad.

C

Cultura organizacional. Es el modelo de conducta interna, de las cuales se reconoce: las creencias y valores compartidos.

E

Eficacia. Es la consecución de objetivos y logro deseados por la empresa.

Eficiencia. Es el logro los objetivos con el menor costo y recursos posibles.

Efectividad. Es la coherencia entre lo planificado y los logros obtenidos.

Empowerment. Es el empoderamiento de cada miembro de la empresa, es ceder autoridad a los empleados.

G

Gestión administrativa. Es el proceso mediante el cual se utiliza una variedad de recursos para apoyar los objetivos de la empresa.

L

Liderazgo. Influencia que se tiene sobre las personas para que trabajen en forma voluntaria para el logro de las metas institucionales.

M

Medición. Se refiere a la información numérica que mide procesos, recursos, desempeño, servicios y resultados en la empresa.



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN.

Mercado. Es cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

P

Planeación. Es la selección de objetivos y estrategias para lograr las metas y propiciar la toma de decisiones, al interior de la empresa.

Competencia global del módulo

Implementar los elementos básicos administrativos en una empresa conociendo cada etapa de la evolución del pensamiento administrativo que le permitan comprender sistemáticamente la articulación de individuos y grupos en la organización.

Problema

Este módulo se trabajará bajo el método de Aprendizaje Basado en Problemas, por medio del cual se desarrollaran las diferentes fases de la propuesta para la creación de una empresa, a fin de alcanzar y comprender cada uno de los elementos de competencia.

A partir del desarrollo de los contenidos del módulo, el estudiante realizará la elaboración de una propuesta para la creación de una empresa de comunicación, la cual le permitirá conocer e interrelacionar los diferentes procesos administrativos que contribuyen para la puesta en marcha de un proyecto exitoso.

Por lo que, en el desarrollo del módulo el estudiante encontrará las herramientas necesarias para dar solución al problema planteado, permitiéndole conocer y aplicar la articulación de individuos y grupos en una organización.