



PROGRAMA DE CURSO		
<b>1. Nombre de la actividad curricular</b> Administración y gestión		
<b>2. Nombre de la actividad curricular en inglés</b> <i>(Nombre de la asignatura en inglés, de acuerdo a la traducción técnica (no literal) del nombre de la asignatura)</i>		
<b>3. Código:</b> PERI13		
<b>4. Carrera:</b> Periodismo		
<b>5. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla</b> Instituto de la Comunicación e Imagen		
<b>6. Área de Formación:</b> Especializada		
<b>7. Carácter:</b> Obligatorio		
<b>8. Semestre:</b> V		
<b>9. Año:</b> 2018		
<b>10. Número de créditos SCT – Chile:</b> 4		
<b>11. Horas de trabajo</b>	Presencial: 2	No presencial: 4
<b>12. Requisitos:</b> No tiene		
<b>13. Propósito general del curso:</b>  Conocer herramientas básicas para desarrollar e implementar habilidades estratégicas de gestión (administrativas, comerciales, financieras, comunicacionales, etc.) para lograr los objetivos de una organización.  Se relaciona curricularmente con los cursos anteriores: Economía y Relaciones Internacionales (II semestre) Comunicación Interpersonal (IV semestre) y aporta a la línea de Comunicación Estratégica.		



Contribuye al perfil de egreso del estudiante de Periodismo a ser capaz de discutir sobre teorías y problemas inscritos en el campo de la comunicación, desde una perspectiva contemporánea e interdisciplinaria, y en relación con los contextos sociales, culturales e históricos en los que se encuentra situado.

Que promueve iniciativas de transformación social, sustentadas tanto en valores democráticos como éticos, acordes con la defensa y promoción de los derechos humanos y el derecho a la comunicación. Tiene capacidades analíticas y técnicas para abordar problemas relevantes, a modo de generar, producir y dinamizar propuestas de sentido desde la comunicación y sobre la realidad, entendiéndola desde su complejidad, diversidad y pluralidad.

#### **14. Competencias y Sub competencias a las que contribuye el curso**

**Ámbito: Creación y Gestión.**

##### **Competencia**

3.2. Gestionar innovaciones sobre la comunicación, en organizaciones públicas, comunitarias y privadas.

##### **Subcompetencias:**

3.2.a. Diagnosticar las necesidades comunicacionales de organizaciones públicas, comunitarias y privadas.

3.2.d. Considerar el impacto de las estrategias comunicacionales implementadas en organizaciones y medios.

#### **15. Resultados de Aprendizaje**

*Al finalizar el curso, el/la estudiante será capaz de:*

- Comprender la importancia de las comunicaciones y el rol del periodista para aportar a la gestión de las organizaciones.
- Contribuir a la planificación de una organización para asegurar el cumplimiento de metas y la sustentabilidad de ésta.

- Aplicar herramientas de gestión para el diseño de una planificación estratégica de una organización.

## 16. Unidad (es)/ Indicadores de aprendizajes

Nombre de la Unidad	Contenidos:	Indicadores de Aprendizaje
<b>Introducción al mundo de las organizaciones</b> <b>(2 a 3 semanas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La comunicación y rol del periodista dentro de una organización</li> <li>- Sentido de la organización: qué es una organización</li> <li>- Tipos de organizaciones y enfoques teóricos.</li> </ul>	<p>Reconocer el rol del periodista en las organizaciones.</p> <p>Comprender los diversos tipos de organizaciones.</p>
<b>Gestión organizacional</b> <b>(4 semanas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura organizacional (Tipos de organigramas, etc.)</li> <li>- Cultura organizacional</li> <li>- Liderazgo</li> </ul>	<p>Comprende la complejidad de la organización.</p> <p>Relaciona la estructura, cultura y liderazgo de una organización.</p>
<b>Planificación Estratégica</b> <b>(5 semanas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es una planificación estratégica?</li> <li>- Misión- visión -propósitos- valores.</li> <li>- Alineamiento estratégico: objetivos y metas organizacionales.</li> <li>- Modelos y tipos de planificación</li> </ul>	<p>Relaciona los elementos de una planificación estratégica con el desarrollo de una organización.</p>
<b>Comunicación y organizaciones</b> <b>(4 semanas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rol y estructura de la comunicación en la organización.</li> <li>- Comunicación interna y externa de la organización</li> </ul>	<p>Aplica herramientas de diseño de planificación estratégica para una organización</p>



	- Diseño de planificación estratégica para organización (pública, privada y/o social)	
<b>17. Metodología de Enseñanza y Aprendizaje</b>		
Clases expositivas y practicas		
Salida a terreno		
Visitas a exposiciones		
Aprendizaje en servicio		
Panel de expertos		
<b>18. Evaluación</b>		
- Talleres: 25%		
- Prueba: 20%		
- Proyecto y avance: 25%		
- Informe final y presentaciones: 30%		
<b>19. Requisitos de Aprobación</b>		
Eximición con nota final 5.0 sin nota parcial roja.		
Notas parciales: 70%		
Examen: 30%		
Aprobación nota igual o superior a 4.0		
Asistencia mínima de 75% de las clases realizadas.		



## 20. Bibliografía Obligatoria

ILLANES F., PABLO. (2003). El sistema empresa: un enfoque integral de la administración. Santiago: (s.n).

BRAVO CARRASCO, JUAN (2006) Gestión de procesos. Santiago de Chile: Evolución. I

JOHANSEN, OSCAR. (2004) Anatomía de una empresa: una teoría general de las organizaciones sociales Editorial Limusa. Noriega Editores

GULLO, JAVIER. (2015) Gestión organizacional. Buenos Aires: Maipue ISBN: 978-987-3615-20-7 (UCHILE Ebook) [http://www.maipue.com.ar/indice/texto/indice\\_gestion-organizacional.pdf](http://www.maipue.com.ar/indice/texto/indice_gestion-organizacional.pdf)

## 21. Bibliografía Complementaria

JOHANSEN, OSCAR. (1992) Hacia una teoría de la organización. Santiago de Chile. Editorial de Economía y Administración.

COLLINS. JIM (2001) Empresas que Sobresalen. Barcelona, España: Gestión 2000

## 22. Recursos web

No hay

## 23. Filmografías

No hay