

CICLO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO

Dirección y Gestión de Medios de Comunicación

Profesores

Titular: Norberto Beladrich

Adjunta: Lic. Flavia Vecellio Reane

2024

*Período lectivo 2024***Carrera:** Ciclo de Licenciatura en Periodismo**Materia:** Gestión y Dirección de Medios de Comunicación**Carga horaria:** 2hs. semanales**Comisión:** TNA

1.- FUNDAMENTACIÓN

La materia está organizada a partir del desarrollo de sus conceptos centrales –gestión, dirección, organización, liderazgo, medios de comunicación- para ser aplicados a la conducción de los medios mencionados. El eje conceptual es que este tipo de responsabilidad es un caso específico que, por serlo, reúne elementos de la gestión y dirección de organizaciones en general con otros propios del quehacer de los medios, con su problemática, sus dilemas y sus exigencias. Se da por supuesto que el graduado requiere estos conocimientos como aspecto insoslayable de su formación profesional y como herramienta valiosa para su desempeño futuro.

2.- OBJETIVOS

Que el alumno

- Conozca y pueda manejar los aspectos propios de la conducción de medios de comunicación.
- Esté en condiciones de cumplir sus responsabilidades en esas funciones, así como también de introducir cambios en su organización, y de relacionarse exitosamente con personas o grupos de su rubro o de otros sectores de actividad.
- Adquiera el necesario espíritu crítico para adecuarse a una responsabilidad en constante y profundo cambio.
- Prevea desde ahora y con los elementos de conocimiento necesarios la posibilidad de alcanzar la dirección de medios de comunicación en una etapa futura de su carrera profesional.

3. CONTENIDOS FORMATIVOS

Unidad 1: Introducción conceptual a la materia

Nociones de dirección, gestión y organización. La idea de organización. Los medios de comunicación como organizaciones en general y como empresas en particular. Algunas formas de clasificar los medios de comunicación: por ámbito de alcance, por tipo de actividad, por soporte, por naturaleza de su propiedad y otras.

Concepto de comunicación. Objetivos. El concepto creativo. Alcances. Condiciones. Los discursos empresariales.

Unidad 2: Contenidos de la gestión de medios de comunicación

Responsabilidades del director. Idea y alcances del liderazgo. Elementos, requisitos, condiciones, alcances. El ciclo virtuoso del liderazgo. La motivación.

Dinámica de los medios de comunicación digital. Target, soporte, posicionamiento: noción, utilidad, aplicaciones.

Unidad 3: El manejo de los medios de comunicación

Diseño de la organización: elementos para tener en cuenta. Planeamiento y organización. El presupuesto. Componentes principales. El plan de negocios. Visión, misión, valores, objetivos. "Las cuatro P". El método FODA.

Planificación de un nuevo medio de comunicación: pasos para ordenar el proyecto. Periodismo digital y auspiciantes en plataformas alternativas. Vías para pensar una mejor empresa de comunicación.

Unidad 4: Estrategias en el ejercicio de la gestión de medios de comunicación

Estrategias al servicio de la empresa: aportes. Antecedentes a partir de Sun Tzu ("El arte de la guerra") y otros. Métodos para encontrar ideas. Pensamiento lateral y otras propuestas.

El mercado. La competencia. Análisis del entorno: el método PESTEL + AD y otros.

4.- BIBLIOGRAFÍA

4.1.- *Bibliografía obligatoria:*

- Drucker, Peter: **La gerencia**. Ed. El Ateneo, Buenos Aires, 1995 (hay reimpressiones).
- De Mateo, Rosario; Saura Bergés, Laura; Sabater Casals, Marta: **Gestión de empresas de comunicación**. CS Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones, Universidad de Sevilla (España), 2009.
- Jornet, Carlos: **Gestión periodística. Herramientas para lograr un periodismo efectivo y de calidad**. Prometeo Libros, Buenos Aires, 2006.
- Lowney, Chris: **El liderazgo al estilo de los jesuitas**. Ed. Norma, Madrid, 2008.
- Desein, Daniel, y Roitberg, Gastón, compiladores: **El nuevo desafío del periodismo** (varios autores). ADEPA / Ariel, Buenos Aires, 2014.
- Fontevecchia, Jorge: **Periodismo y verdad. Conversaciones con los que mandan en los medios**. Ariel / Paidós, Buenos Aires, 2018.
- Tescione, Carlos, y Vecellio Reane, Flavia: **Herramientas para crear**. Ed. Grafi-K, Buenos Aires, 2010.
- Yuan, Gao: **Las 36 estrategias chinas**. Ed. Edaf, Madrid, 2008.
- De Bono, Edward: **El pensamiento lateral**. Paidós, Barcelona, 1990.
- De Bono, Edward: **Seis sombreros para pensar**. Paidós, Barcelona, 1994.

5.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ENSEÑANZA

La asignatura es de carácter teórico-práctico. Se apunta a que el alumno aplique la temática desarrollada en cada clase a través de la realización de trabajos de análisis.

6.- PAUTAS DE ACREDITACIÓN Y EVALUACIÓN

Durante el desarrollo de la materia se evalúa al alumno con un examen parcial obligatorio y con la realización de trabajos prácticos que deben ser presentados en las fechas estipuladas por la Cátedra.