

A. Antecedentes Generales

| | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|----|------------------|---|-----------|--|
| 1. Unidad Académica | FACULTAD DE COMUNICACIÓN | | | | | |
| 2. Carrera | PUBLICIDAD | | | | | |
| 3. Código del ramo | PUE311 | | | | | |
| 4. Ubicación en la malla | III año, V semestre | | | | | |
| 5. Créditos | 08 | | | | | |
| 6. Tipo de asignatura | Obligatorio | | Electivo | X | Optativo | |
| 7. Duración | Bimestral | | Semestral | X | Anual | |
| 8. Módulos semanales | Clases Teóricas | 2 | Clases Prácticas | | Ayudantía | |
| 9. Horas académicas | Clases | 68 | Ayudantía | | | |
| 10. Pre-requisito | No tiene | | | | | |

B. Aporte al Perfil de Egreso

La presente asignaturas se encuentra ubicada en el Quinto Semestre de la malla curricular y busca que los estudiantes desarrollen una visión analítica del ámbito de la administración y los factores que influyen en su funcionamiento estratégico. Como resultado de esta búsqueda los estudiantes adquirirán la capacidad de seleccionar e integrar la información operante en el mundo empresarial y con las disciplinas relacionadas con él, así como aprenderán a abordar en forma adecuada la planificación y aplicación de estrategias que serán relevantes en el desarrollo de negocios.

Pertenece al ciclo de habilitación profesional y a la línea de formación “Innovación y Negocios”. El aporte al perfil de egreso se traduce también en que esta asignatura promueve el desarrollo de la Competencia Genérica de “Visión Analítica”, y de las competencias específicas de “Búsqueda, selección e integración de la información” y “Planificación, Diseño y Ejecución de Planes Estratégicos”.

F. Estrategias de Evaluación

La cátedra comprende diferentes momentos de evaluación, por tanto, incluye controles de lectura a fin de chequear la comprensión de los temas abordados durante el desarrollo de los contenidos, así como certámenes para determinar el logro de ciertos aprendizajes al término de una unidad o un cuerpo determinado de contenidos.

El análisis de casos permitirá evaluar el nivel de comprensión e integración de los conocimientos por parte de los alumnos. No menos importante será la utilización de la terminología precisa relativa al ámbito de la publicidad.

En síntesis, las evaluaciones consideran dos certámenes, análisis de casos, controles de lectura y un examen final.

Requisito de asistencia: este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 75% de asistencia a las clases.

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:

1. ADMINISTRACIÓN, Stephen Robbins, Mary Coulter, Pearson – Prentice Hall, México, 2009
2. ESTRATEGIA Y EL PANORAMA EMPRESARIAL, Pankaj Ghemawat, Prentice Hall, Madrid, 2007
3. ADMINISTRACIÓN, UNA PERSPECTIVA GLOBAL, Harold Koontz, Wehrich Heinz, Mc Graw Hill, México, 2004