



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE: Comunicación

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

GESTION DE MEDIOS

NIVEL

SÉPTIMO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la asignatura GESTION DE MEDIOS Carrera Comunicación		
Código UTA-FJCS-CM-MP-UP-07-03	PRERREQUISITOS	
Modalidad PRESENCIAL	Asignatura	Código
Unidad organizacional curricular PROFESIONAL		
Créditos/Horas 3 Nivel SÉPTIMO	CORREQUISITOS	
	Asignatura	Código
	MARKETING Y PUBLICIDAD II	UTA-FJCS-CM-MP-UP-07-05
CARGA HORARIA		
Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana 3	Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico 48	Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo 96
Horas de tutoría académica semanales 1	Horas de tutoría presenciales por ciclo académico 16	Horas de tutorías virtuales por ciclo académico 0

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	3
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	48
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	96
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	144

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito El propósito de la materia Gestión de Medios es formar a los estudiantes en el manejo estratégico de los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales.

Descripción de la asignatura La gestión de medios abarca no sólo a las empresas de información periodística, a través de sus distintos soportes impresos, audiovisuales y digitales, sino también a las organizaciones de comunicación relacionadas con la producción y difusión de contenidos de entretenimiento (ficción) y persuasión (publicidad y comunicación corporativa). La asignatura está compuesta de cuatro unidades: -Las organizaciones y la comunicación social -Especificidades de la empresa en comunicación social -Planificación y gestión en la empresa de comunicación -Gestión de personas y procesos

Objetivo general de la asignatura Desarrollar habilidades para planificar, administrar y optimizar la difusión de mensajes en diferentes plataformas, considerando factores como audiencias, tendencias, presupuesto y objetivos comunicacionales.

Objetivos específicos de la asignatura

- 1.-Analizar las organizaciones y la comunicación
- 2.-Conocer las especificidades de la empresa en comunicación social
- 3.-Establecer la planificación y gestión en la empresa de comunicación
- 4.-Identificar la gestión de personas y procesos.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Analizar las organizaciones y la comunicación			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
1.1.- Concepto, importancia y objetivos de la auditoría de comunicación.	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos
1.2.- Tipos de auditoría: interna, externa	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos
1.3.- Herramientas de diagnóstico: entrevistas, encuestas, focus group.	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos
1.4.- Indicadores de comunicación organizacional	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Comprende cómo gestionar las organizaciones y la comunicación social

Metodología de enseñanza : Método expositivo

Estrategias educativas : Generación de datos y búsqueda de información, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial

Habilidades Blandas : Pensamiento crítico

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Conocer las especificidades de la empresa en comunicación social			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
2.1.- Diseño y Planificación de una Auditoría en comunicación	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Evaluación del desempeño en escenarios reales o simulados
2.2.- Técnicas de recopilación y análisis de información	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Evaluación del desempeño en escenarios reales o simulados
2.3.- Identificación de brechas comunicacionales y clima organizacional	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Evaluación del desempeño en escenarios reales o simulados
2.4.- Elaboración del informe de auditoría	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Evaluación del desempeño en escenarios reales o simulados
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Comprende los procesos y metodologías de la auditoría
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Generación de datos y búsqueda de información, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial
Habilidades Blandas : Pensamiento crítico

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Establecer la planificación y gestión en la empresa de comunicación			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
3.1.- Concepto, características y fases de un plan estratégico de comunicación	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos Control de lectura
3.2.- Análisis situacional FODA	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos Control de lectura
3.3.- Definición de objetivos, metas e indicadores	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos Control de lectura
3.4.- Estrategias y tácticas	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos Control de lectura
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Establece la planeación estratégica de la comunicación

Metodología de enseñanza : Método expositivo

Estrategias educativas : Generación de datos y búsqueda de información, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial

Habilidades Blandas : Pensamiento crítico

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Identificar la gestión de personas y procesos.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
4.1.- Concepto y tipología de crisis organizacional	6	4	8	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos Control de lectura
4.2.- Gestión de crisis y comunicación corporativa	3	4	2	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos Control de lectura
4.3.- Estrategias y protocolos de comunicación en crisis	3	4	2	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Ensayos Control de lectura
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Establece estrategias para comunicación en crisis

Metodología de enseñanza : Método expositivo

Estrategias educativas : Generación de datos y búsqueda de información, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial

Habilidades Blandas : Pensamiento crítico

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

VIRTUAL: Se proporciona a los estudiantes las plataformas virtuales de la UTA para que el estudiante adquiera un rol activo en la adquisición de conocimientos de manera autónoma. AULICO: Manteniendo contacto directo con los estudiantes en el aula a través de conferencias presenciales. REAL: Se realizará una Auditoria en Comunicación en empresas públicas o privadas por parte de los estudiantes

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Analizar las organizaciones y la comunicación	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Debates
2.- Conocer las especificidades de la empresa en comunicación social	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Laboratorio de formatos
3.- Establecer la planificación y gestión en la empresa de comunicación	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Laboratorio de ideas
4.- Identificar la gestión de personas y procesos.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Tanque de ideas

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Fernández, Sergio	2016	Cómo gestionar la comunicación: en organizaciones públicas y no lucrativas	1	Narcea Ediciones	España Madrid	1	260	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:								
URL: https://0x102pbpu-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/46088								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Ruiz, Mauro	2023	Gestión de la Comunicación Aplicada	1	Ediciones Abya-Yala	Ecuador Quito	1	443	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:								
URL: https://0x102pbtw-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/288276								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Cuenca Fontbona, Joan	2018	Cómo hacer un plan estratégico de comunicación:	1a edición	UOC	Barcelona	4	265 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos: BJCS04582								
Comentario:								
URL:								

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

