



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

PLANIFICACIÓN SEMESTRAL DE LA ASIGNATURA

PROGRAMA DE ASIGNATURA O MÓDULO DE CONTENIDOS

ASIGNATURA: GERENCIA DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL	NIVEL:	CRÉDITOS: 4	CÓDIGO:
DEPARTAMENTO: CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO	CARRERAS: Ingeniería Finanzas e Ingeniería Comercial	DOCENTE: Ing. Mauro Parra Bonilla	PERIODO ACADEMICO: Marzo a Julio de 2011
OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA: Contribuir a la formación profesional mediante el estudio y análisis de un cambio planeado según orientaciones básicas y didácticas, respecto a procedimientos, técnicas, procesos de planificación e intervenciones estratégicas del Desarrollo Organizacional.			

UNIDADES DE COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS QUE SE ARTICULAN:

Identifica la realidad empresarial y social relativa a la profesión.

UNIDAD DE COMPETENCIA ESPECÍFICAS:

Aplica la normativa laboral, de Talento Humano de las organizaciones y herramientas estadísticas.

ELEMENTO DE COMPETENCIA:

Conocer y comprender los diversos enfoques del proceso de desarrollo organizacional (DO), su articulación en la empresa como eje de toda acción empresarial para establecer el rol del Talento Humano como gestor de toda actividad organizacional, convirtiéndose en protagonista organizacional y del desarrollo del país.

PRODUCTO INTEGRADOR DEL APRENDIZAJE:

Aplica el proceso del Desarrollo Organizacional en las Empresas.

A. SISTEMA DE CONTENIDOS Y PRODUCTOS DEL APRENDIZAJE POR UNIDADES DE ESTUDIO

No.	UNIDADES DE ESTUDIO Y SUS CONTENIDOS	PRODUCTOS INTEGRADORES DEL APRENDIZAJE EN CADA UNIDAD Y TAREAS PRINCIPALES QUE LES DAN SOPORTE
------------	---	---

1	<p>UNIDAD UNO</p> <p>1.1 FUNDAMENTOS DEL CAMBIO PLANEADO</p> <p>1.1.1 Proposiciones basicas.</p> <p>1.1.2 Terminologia basica y características del cambio planeado.</p> <p>1.1.3 Casos de estudio.</p> <p>1.2 EVOLUCION DEL CAMBIO PLANEADO EN LATINOAMERICA</p> <p>1.2.1 Evolucion historica.</p> <p>1.2.2 Caso de aplicación</p> <p>1.3 NATURALEZA DEL CAMBIO PLANEADO.</p> <p>1.3.1 Analisis y aplicación del modelo de cambio planeado según las fases de K. Lewin.</p> <p>1.3.2 Características de las fases del modelo de cambio planeado de Lewin.</p>	<p><u>Producto integrador de la unidad:</u></p> <p>Genera ideas en torno al Desarrollo Organizacional, proposiciones , terminologia y las características; lo que explica la importancia del Comportamiento Organizacional como elemento fundamental en el desarrollo de los diferentes tipos de empresas.</p> <p><u>Tarea principal 1:</u></p> <p>Exposición y debate de los fundamentos del cambio planeado y analisis del casos de estudio de cambios organizacionales.</p> <p><u>Tarea principal 2:</u></p> <p>Elaboración y exposición de ejercicios vivenciales personales y de empresas en Latinoamérica.</p> <p><u>Tarea principal 3:</u></p> <p>Exposición sobre Empresas exitosas que implementaron el cambio planeado y la aplicación del modelo de K. Lewin utilizadas para su crecimiento económico.</p> <p><u>Tarea principal 4:</u></p> <p>Prueba de conocimientos. Lecciones escritas. Tareas en clase</p>
2	<p>UNIDAD DOS</p> <p>2.1 EL DESARROLLO DEL CAMBIO PLANEADO DESDE EL ENFOQUE SISTEMICO</p> <p>2.1.2 Tipos de sistemas administrativos</p> <p>2.2 SISTEMA DE RENSIS LIKERT</p> <p>2.2.1 Variables causales</p> <p>2.2.2 Variables interventoras</p> <p>2.2.3 variables de resultado final</p> <p>2.3 INSTRUMENTOS PARA RECOPIRAR INFORMACION</p> <p>2.3.1 Fuerzas impulsoras y restrictivas en los procesos de cambio.</p> <p>2.3.2 Instrumentos de recopilación de información.</p> <p>2.4 PROCESO DE INVESTIGACION COMO CONSULTOR DE DO</p> <p>2.4.1 Teoria inductiva y deductiva.</p> <p>2.4.2 Variables de medicion.</p> <p>2.4.3 Tratamiento de las resistencias.</p> <p>2.5 TIPOS DE INTERVENCIONES AL INTERIOR DEL CAMBIO PLANEADO.</p> <p>2.5.1. Intervenciones en procesos humanos</p> <p>2.5.2 Intervenciones tecnoestructurales</p> <p>2.5.2 Intervenciones en Administración de RR.HH.</p>	<p><u>Producto integrador de la unidad:</u></p> <p>Genera y relaciona varias ideas empresariales relacionadas con los sistemas administrativos y sus variables; los instrumentos para recopilar información, teorías y tipos de intervenciones.</p> <p><u>Tarea principal 1:</u></p> <p>Análisis de ejercicio vivencial (el juicio) y casos de estudio reales utilizando como fuente la Revista Líderes</p> <p><u>Tarea principal 2:</u></p> <p>Elaboración de cuestionarios , hojas de respuesta, cuestionarios de apoyo, aplicable al cambio organizacional.</p> <p><u>Tarea principal 3:</u></p> <p>Análisis de resultados obtenidos en base a la planificación de los instrumentos para recopilar información.</p>

		<p><u>Tarea principal 4:</u></p> <p>Resolución de un caso práctico conformando equipos de trabajo</p> <p><u>Tarea principal 5:</u></p> <p>Prueba de conocimientos. Lecciones escritas. Tareas en clase</p>
3	<p>UNIDAD TRES</p> <p>CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO, APO Y SISTEMAS DE RECOMPENSAS.</p> <p>3.1 DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO</p> <p>3.1.1 Dimensiones centrales de trabajo.</p> <p>3.1.2 Diagnostico y evaluacion del tipo de dimensiones</p> <p>3.2 ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE LA APO</p> <p>3.2.1 Definiciones de la APO</p> <p>3.2.2 Criterios para establecer los objetivos.</p> <p>3.3 SISTEMAS DE RECOMPENSAS Y PLANEACION DE VIDA Y CARRERA</p> <p>3.3.1 Estrategias para la planeacion de la vida profesional y laboral</p> <p>3.3.2 Efectos de las recompensas.</p>	<p><u>Producto integrador de la unidad:</u></p> <p>Determina, en forma adecuada, el papel de RR.HH. en la calidad de vida del talento humano, la administración por objetivos y los sistemas de trecompensas, como estrategia para la optimización de los recursos empresariales.</p> <p><u>Tarea principal 1:</u></p> <p>Resolución de casos reales utilizando el control y casos vivenciales de empresas locales y nacionales.</p> <p><u>Tarea principal 2:</u></p> <p>Elaborar informe de las metas y objetivos de empresas para visualizar la administración por objetivos.</p> <p><u>Tarea principal 3:</u></p> <p>Control de lectura del libro “ El pensamiento lateral” de Edward de Bono.</p> <p><u>Tarea principal 4:</u></p> <p>Prueba de conocimientos. Lecciones escritas. Tareas en clase Exposiciones</p>

B. PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA

Se desarrollarán las fases del ciclo vivencial–participativo, es decir, partiendo del relato de la experiencia, luego hacia la reflexión, posteriormente la conceptualización, y, finalmente, su aplicación. Se cierra el ciclo con una nueva experiencia, que implica el dominio del nuevo conocimiento adquirido.

La herramienta utilizada es el Internet como medio de recolección y análisis de la información

DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO TOTAL DEL PROGRAMA: (se indica que las unidades de contenidos deben tener un mínimo de 20 horas clases y un máximo de 30)

TOTAL HORAS	CONFERENCIAS ORIENTADORAS DEL CONTENIDO	CLASES PRÁCTICAS	PRÁCTICAS LABORATORIOS	OBSERVACIONES Y PRÁCTICAS ESCENARIOS REALES	CLASES DEBATES	CLASES EVALUACIÓN
64	18	24	0	2	8	6

C. ESTRATEGIA GENERAL DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

TÉCNICAS QUE SE EMPLEARÁN PARA EVALUAR	ESTÁNDARES DE CALIDAD <i>(expresan el nivel de salida que deben demostrar los estudiantes, se redactan a partir de las exigencias de las unidades de competencias)</i>	INDICADORES OPERATIVOS <i>(son la evidencias, los resultados concretos del aprendizaje que deben demostrar los estudiantes)</i>
Preguntas en clase	Fundamentar criterios sobre conceptos básicos de la Desarrollo Organizacional	Al menos el 30% de las clases formulan preguntas para profundizar los conocimientos e inquietudes
Videos foros	Argumenta los conceptos de las características del DO.	Al menos el 10% Identifica las principales características de la Programación Orientada a Objetos en un 95%, en la implementación de programas
Informes de trabajo	Elabora mapas conceptuales sobre las herramientas de la administración por objetivos y resultados.	Identifica las principales características de la Programación Orientada a Eventos en un 95%, en la implementación de programas
Debates- plenarias	Relaciona la Administración Talento Humano y el comportamiento humano en la Empresa.	Identifica las principales características de la Programación Orientada a Objetos y/o Eventos en un 95%, en la resolución de problemas.
Trabajo de grupo	Aplica una cultura de trabajo en equipo en su entorno de aprendizaje.	Resuelve programas relacionados en el campo correspondiente de cada carrera en un tiempo de 1 hora clase
Lección oral	Demuestra destrezas para conceptualizar técnicas de administración	Entrega de tareas de aprendizaje en el tiempo predeterminado.
Lluvia de ideas	Análisis grupal para resolución de problemas	

--	--	--

D 1. LIBROS DE TEXTOS BÁSICOS

TITULO	AUTOR	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
DESARROLLO ORGANIZACIONAL	GUIZAR, Rafael		Español	
DESARROLLO ORGANIZACIONAL	WENDELL, French & Cecil Bell Jr.		Español	
ADMINISTRACION EN LOS NUEVOS TIEMPOS	CHIAVENATO, Idalberto		Español	

D 2. LECTURAS PRINCIPALES QUE SE ORIENTAN REALIZAR

LIBROS – REVISTAS – SITIOS WEB	TEMÁTICA DE LA LECTURA	PÁGINAS Y OTROS DETALLES
EL PENSAMIENTO LATERAL	Orientado a la creatividad	
REVISTA LIDERES	Empresas exitosas del medio	
DESARROLLO ORGANIZACIONAL segunda edicion.	Casos de cambios organizacionales	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

PLANIFICACIÓN SEMESTRAL DE LA ASIGNATURA

PROGRAMA DE ASIGNATURA O MÓDULO DE CONTENIDOS

ASIGNATURA: GERENCIA DE COMUNICACIONES	NIVEL:	CRÉDITOS: 4	CÓDIGO:
DEPARTAMENTO: CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO	CARRERAS: Ingeniería Comercial	DOCENTE: Ing. Mauro Parra Bonilla	PERIODO ACADEMICO: Marzo a Julio de 2011
OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA: Conocer la importancia y la trascendencia de la publicidad como un elemento que beneficia tanto a los anunciantes como a los consumidores, así como proporcionar al estudiante herramientas básicas para el desempeño de su labor publicitaria de una forma correcta.			

UNIDADES DE COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS QUE SE ARTICULAN:

Identifica la realidad empresarial y social relativa a la profesión dentro del marco de las comunicaciones.

UNIDAD DE COMPETENCIA ESPECÍFICAS:

Aplica herramientas de publicidad y comunicación corporativa tendientes a mejorar los canales comunicacionales internos y externos.

ELEMENTO DE COMPETENCIA:

Conocer y comprender los diversos enfoques del proceso de Comunicación corporativa y su relación en la empresa como eje transversal de toda acción empresarial para establecer el rol de la comunicación interna y la comunicación pública en el entorno de toda actividad organizacional, convirtiéndose en una herramienta de planificación corporativa.

PRODUCTO INTEGRADOR DEL APRENDIZAJE:

Aplica el proceso administrativo de la empresa en el elemento transversal de toda organización pública y privada, dentro de todos los procesos de manera integral.

A. SISTEMA DE CONTENIDOS Y PRODUCTOS DEL APRENDIZAJE POR UNIDADES DE ESTUDIO

No.	UNIDADES DE ESTUDIO Y SUS CONTENIDOS	PRODUCTOS INTEGRADORES DEL APRENDIZAJE EN CADA UNIDAD Y TAREAS PRINCIPALES QUE LES DAN SOPORTE
1	<p>UNIDAD UNO</p> <p>1.1 INTRODUCCION A LA COMUNICACIÓN Y A LA PUBLICIDAD</p> <p>1.1.2. Utilización del termino comunicación</p> <p>1.1.3 La comunicación. Definiciones</p> <p>1.1.4 Proceso de comunicación publicitaria</p> <p>1.1.5 La publicidad. Definición</p> <p>1.1.6 Características basicas de la publicidad</p> <p>1.1.6.1 Por la audiencia</p> <p>1.1.6.2 Por el consumidor</p> <p>1.1.6.3 Por el medio.</p> <p>1.1.6. Publicidad politica</p> <p>1.1.7 Marketing y publicidad.</p> <p>1.1.8 Ubicación de la publicidad dentro del Marketing Mix.</p> <p>1.1.9 la persuasión. Tecnicas, efectos y tipos.</p>	<p><u>Producto integrador de la unidad:</u></p> <p>Genera ideas en torno a la Direccion de Comunicación Empresarial e Institucional. La utilización del termino comunicación y las características de la publicidad.</p> <p><u>Tarea principal 1:</u></p> <p>Exposición y debate del termino comunicacion c y analisis del casos de estudio en el area de comunicaciones internas y externasa a la organización.</p> <p><u>Tarea principal 2:</u></p> <p>Elaboración y exposición de ejercicios vivenciales personales y de empresas de la comunicacion y publicidad.</p> <p><u>Tarea principal 3:</u></p> <p>Exposición sobre las características basicas de la publicidad en varias empresas exitosas que implementaros la comunicacion</p> <p><u>Tarea principal 4:</u></p> <p>Prueba de conocimientos. Lecciones escritas. Tareas en clase</p>
2	<p>UNIDAD DOS</p> <p>2.1 LA COMUNICACIÓN Y LOS AGENTES PUBLICITARIOS.</p> <p>2.2 El comportamiento del cliente final ante la publicidad</p> <p>2.3 El consumidor personal</p> <p>2.4 Características demograficas adiconles.</p> <p>2.5 La investigación dentro de la comunicación integral.</p> <p>2.6 La comunicación de la publicidad.</p> <p>2.7 ¿Qué es una agencia de publicidad?</p> <p>2.8 ¿Cómo elegir una agencia de publicidad?</p> <p>2.9 Organización de la publicidad.</p> <p>2.10 Relaciones entre agencias, medios e instituciones.</p> <p>2.11 Agencia de publicidad, rol, tipos y funcionamiento.</p> <p>2.12 ¿Cómo funciona una agencia de publicidad y que esperar de ella?</p> <p>2.13 Areas de responsabilidad de la relacion agencia – cliente.</p>	<p><u>Producto integrador de la unidad:</u></p> <p>Genera y relaciona varias ideas empresariales relacionadas con la comunicación y los agentes publicitarios, agencias de publicidad y su relacion con el cliente.</p> <p><u>Tarea principal 1:</u></p> <p>Análisis de casos de estudio reales utilizando empresas locales, nacionales y extranjeras.</p> <p><u>Tarea principal 2:</u></p> <p>Elaboración de perfiles que deben reunir una agencia de publicidad</p> <p><u>Tarea principal 3:</u></p>

		<p>Análisis de las relaciones entre agencia – cliente r</p> <p><u>Tarea principal 4:</u></p> <p>Resolución de un caso práctico conformando equipos de trabajo</p> <p><u>Tarea principal 5:</u></p> <p>Prueba de conocimientos. Lecciones escritas. Tareas en clase</p>
3	<p>UNIDAD TRES</p> <p>PLANEACION DE LOS MEDIOS</p> <p>3.1 Perfil de los medios de comunicación. 3.2 ventajas y desventajas de los medios mas comunes. 3.3 la publicidad y el arte en punto de venta. 3.4 Metodos pARa determinar el presupuesto publicitario. 3.5 Planeacion de medios. 3.6 factores que determinan el monto del presupuesto. 3.7 Preparacion del plan.</p>	<p><u>Producto integrador de la unidad:</u></p> <p>Determina, en forma adecuada, el perfil de los medios de comunicación, ventajas y desventajas , asi como tambien los metodos para establecer el presupuesto publicitario y la preparación del plan.</p> <p><u>Tarea principal 1:</u></p> <p>Resolución de casos de empresas locales.</p> <p><u>Tarea principal 2:</u></p> <p>Elaborar informe de la planeacion de medios</p> <p><u>Tarea principal 3:</u></p> <p>Control de lectura del libro “ La publicidad no solo es para ricos”</p> <p><u>Tarea principal 4:</u></p> <p>Prueba de conocimientos. Lecciones escritas. Tareas en clase Exposiciones</p>

B. PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA

Se desarrollarán las fases del ciclo vivencial–participativo, es decir, partiendo del relato de la experiencia, luego hacia la reflexión, posteriormente la conceptualización, y, finalmente, su aplicación. Se cierra el ciclo con una nueva experiencia, que implica el dominio del nuevo conocimiento adquirido.

La herramienta utilizada es el Internet como medio de recolección y análisis de la información

DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO TOTAL DEL PROGRAMA: *(se indica que las unidades de contenidos deben tener un mínimo de 20 horas clases y un máximo de 30)*

TOTAL HORAS	CONFERENCIAS ORIENTADORAS DEL CONTENIDO	CLASES PRÁCTICAS	PRÁCTICAS LABORATORIOS	OBSERVACIONES Y PRÁCTICAS ESCENARIOS REALES	CLASES DEBATES	CLASES EVALUACIÓN
64	18	24	0	2	8	6

C. ESTRATEGIA GENERAL DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

TÉCNICAS QUE SE EMPLEARÁN PARA EVALUAR	ESTÁNDARES DE CALIDAD <i>(expresan el nivel de salida que deben demostrar los estudiantes, se redactan a partir de las exigencias de las unidades de competencias)</i>	INDICADORES OPERATIVOS <i>(son la evidencias, los resultados concretos del aprendizaje que deben demostrar los estudiantes)</i>
Preguntas en clase	Fundamentar criterios sobre conceptos básicos de la Desarrollo Organizacional	Al menos el 30% de las clases formulan preguntas para profundizar los conocimientos e inquietudes
Videos foros	Argumenta los conceptos de las características del DO.	Al menos el 10% Identifica las principales características de la Programación Orientada a Objetos en un 95%, en la implementación de programas
Informes de trabajo	Elabora mapas conceptuales sobre las herramientas de la administración por objetivos y resultados.	Identifica las principales características de la Programación Orientada a Eventos en un 95%, en la implementación de programas
Debates- plenarias	Relaciona la Administración Talento Humano y el comportamiento humano en la Empresa.	Identifica las principales características de la Programación Orientada a Objetos y/o Eventos en un 95%, en la resolución de problemas.
Trabajo de grupo	Aplica una cultura de trabajo en equipo en su entorno de aprendizaje.	Resuelve programas relacionados en el campo correspondiente de cada carrera en un tiempo de 1 hora clase
Lección oral	Demuestra destrezas para conceptualizar técnicas de administración	Entrega de tareas de aprendizaje en el tiempo predeterminado.
Lluvia de ideas	Análisis grupal para resolución de problemas	

D 1. LIBROS DE TEXTOS BÁSICOS

TITULO	AUTOR	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
DESARROLLO ORGANIZACIONAL	GUIZAR, Rafael		Español	
PUBLICIDAD, COMUNICACION INTEGRAL EN MARKETING.	TREVIÑO, Ruben		Español	
MARKETING ESTRATEGICO	JEAN, Jacques		Español	

D 2. LECTURAS PRINCIPALES QUE SE ORIENTAN REALIZAR

LIBROS – REVISTAS – SITIOS WEB	TEMÁTICA DE LA LECTURA	PÁGINAS Y OTROS DETALLES
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	Van Riel (Comunicación en las empresas)	
COMUNICACIÓN ESCRITA	Espin Beatriz (redacción escrita)	
COMUNICACIÓN SOCIAL	Muriel Maria Luisa (comunicación externa)	
COMUNICACION INTELIGENTE	Riveiro Lair. (ideas eficaces de comunicación)	

