

INDICE

Introducción	
Capítulo 1. Introducción a la Empresa	1
1.1. Concepto de empresa	2
1.2. Concepto de empresario	3
1.3. Tipos de empresas	4
1.3.1. Clasificación según su tamaño	4
1.3.2. Clasificación de las empresas según su actividad	6
1.3.3. Clasificación de las empresas según su ámbito geográfico	6
1.3.4. Clasificación según su forma jurídica	7
1.4. La Empresa como Sistema	9
1.4.1. LA teoría General de Sistemas	9
1.4.2. Sistemas y entorno	9
1.4.3. Sistemas y subsistemas	13
1.4.4. Sistemas finalistas	15
Casos, cuestiones y ejercicios	17
Bibliografía	18
Capítulo 2. Empresa Informativa	19
2.1. Concepto de Empresa Informativa	20
2.2. Naturaleza del Producto	22
2.2.1. La elaboración del diario	23
2.2.2. La transformación de la información	24
2.2.3. La producción	25
2.2.4. La distribución	25
2.3. Tipo de Empleados	26
2.3.1. El control de los periodistas	29
2.3.2. Movilidad profesional, capacidad de asociación y derecho a la huelga	29
2.4. Función Social	30
2.5. Organización bicéfala	32
2.6. Doble mercado	33
2.7. Tipología de las empresas de comunicación	35
Casos, cuestiones y ejercicios	37
Bibliografía	39
Capítulo 3. Administración de Empresas Informativas	41
3.1. La Administración de la Empresa como Proceso	42
3.1.1. Directivos y operarios	42
3.1.2. Niveles directivos	43
3.1.3. Eficacia y eficiencia	43
3.1.4. La esencia de la administración	44
3.2. Las Funciones de los Directivos en la Empresa Informativa	44
3.2.1. Planificación	45
3.2.2. Organización	45
3.2.3. Gestión de las personas	46
3.2.4. Dirección	46
3.2.5. Control	46
3.2.6. Distribución del tiempo de los administradores	47
3.3. Roles y Habilidades Gerenciales	48

3.3.1. Las habilidades del administrador	48
3.3.2. Roles administrativos	49
3.4. La Función de Comunicación	53
3.4.1. El concepto y el proceso de comunicación	53
3.4.2. Formas de comunicación en las organizaciones	57
3.4.3. La comunicación externa e interna en las organizaciones	59
Casos, cuestiones y ejercicios	61
Bibliografía	63
Capítulo 4. El Entorno de las Empresas Informativas	65
4.1. Introducción	66
4.2. El entorno general	666
4.2.1. Factores económicos	67
4.2.2. Factores socio – culturales	68
4.2.3. Factores legales	69
4.2.4. Factores políticos	69
4.2.5. Factores ecológicos (Medioambientales)	70
4.2.6. Factores tecnológicos	70
4.3. El entorno específico	70
4.4. Tendencias de las empresas informativas	73
4.4.1. Proceso de desregulación y liberación	74
4.4.2. Cambios en la estructura en la industria de la comunicación	75
4.4.3. Exceso de capacidad en muchos subsectores	78
4.4.4. Preocupación por temas medioambientales	79
4.4.6. Menos proteccionismo	79
4.4.7. Cambios en las expectativas de los consumidores	80
4.4.8. Discontinuidades y rupturas tecnológicas	81
4.4.9. Emergencia de bloques comerciales	81
4.4.10. Competencia global	82
Casos, cuestiones y ejercicios	84
Bibliografía	87
Capítulo 5. Planificación Estratégica de la Empresa Informativa	89
5.1. El concepto de planificación y su importancia en la empresa informativa	90
5.1.1. Importancia de la planificación	91
5.1.2. Conceptos ligados a la planificación	92
5.2. La misión de la empresa informativa	92
5.3. Los objetivos de la empresa informativas	95
5.3.1. Tipos de objetivos	95
5.3.2. Jerarquía de objetivos	97
5.3.3. Características de los objetivos	97
5.4. Instrumentalización de la Planificación	98
5.5. Conceptos de control y tipos	100
5.5.1. La planificación y el control	100
5.5.2. El proceso de control	101
5.5.3. Tipos de control	103
Casos, cuestiones y ejercicios	104
Bibliografía	107
Capítulo 6. La Estrategia de las Empresas Informativas	109

6.1. La importancia de la estrategia	110
6.2. El concepto de la estrategia en la empresa informativa	111
6.2.1. Definición de estrategia	111
6.2.2. Niveles de estrategias	111
6.3. Proceso de Planificación Estratégica	114
6.3.1. Análisis estratégico	115
6.3.2. Elección estratégica	116
6.3.3. Implantación estratégica	116
6.3.4. Control estratégico	116
6.4. Instrumentos de definición de estrategias (Matriz B. C. G., Boston Consulting Group)	117
6.5. Tipos estrategias	119
6.5.1. Estrategias competitivas genéricas de Porter	119
6.5.2. Las estrategias de crecimiento	120
6.5.3. Métodos de desarrollo estratégico	124
Casos, cuestiones y ejercicios	126
Bibliografía	128
Capítulo 7. Organización de Empresas de Servicios	129
7.1. Concepto de organización	130
7.1.1. División del trabajo	130
7.1.2. Organigrama	131
7.1.3. Organización formal e informal	132
7.2. Mecanismos de Coordinación	133
7.3. Partes de la organización	135
7.4. El diseño de los puestos de trabajo	136
7.5. El diseño de la estructura	139
7.5.1. Bases de agrupación	140
7.5.2. Agrupación por proyectos	142
7.5.3. El tamaño de la organización	142
7.6. El diseño de las conexiones	143
7.7. La descentralización en las organizaciones	145
Casos, cuestiones y ejercicios	147
Bibliografía	149
Capítulo 8. Gestión de Personas en las Empresas Informativas	151
8.1. Importancia de las personas en las empresas informativas	152
8.2. El análisis de puestos de trabajo	152
8.3. Puesto en las empresas informativas	155
8.4. ¿Cómo seleccionar a los miembros de la organización?	157
8.4.1. Fases previas	157
8.4.2. Fases centrales	161
8.4.3. Fase final	164
8.5. La evaluación del desempeño	165
8.5.1. Técnicas para la evaluación del desempeño	166
8.6. Administración de la remuneración	167
8.7. La formación	170
Casos, cuestiones y ejercicios	172
Bibliografía	176
Capítulo 9. Dirección de la Empresa Informativa	177

9.1. La Administración y el Factor Humano	178
9.2. LA motivación	179
9.2.1. Teorías sobre la motivación	180
9.3. El liderazgo	185
9.3.1. Enfoques de liderazgo	186
9.3.2. El liderazgo emocional	192
9.3.3. El líder en la empresa informativa	193
Casos, cuestiones y ejercicios	194
Bibliografía	196
Capítulo 10. Creación de Empresas Informativas, por Gloria Jiménez Marín	197
10.1. Introducción	198
10.2. Definición de emprendedor	199
10.2.1. Características de un emprendedor	199
10.3. La idea de negocio	200
10.4. Proceso de creación de la empresa informativa: El Plan de Empresa	201
10.4.1. Misión de la empresa informativa	203
10.4.2. Análisis externo	203
10.4.3. Análisis interno	205
10.4.4. Síntesis DAFO	205
10.4.5. Líneas estratégicas y objetivos	206
10.4.7. Calendario de implantación	211
10.4.8. Viabilidad y conclusiones	211
10.5. Financiación y ayudas	212
Casos, cuestiones y ejercicios	213
Bibliografía	216