

UNIDAD	CUAJIMALPA	DIVISION	CIENCIAS DE LA COMUNICACION Y DISEÑO	1 / 3
NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE		CRED.	8
4501054	DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACION POLITICA		TIPO	OPT.
H. TEOR. 3.0	SERIACION		TRIM. XI AL XII	
H. PRAC. 2.0	AUTORIZACION			

OBJETIVO(S):

General:

Que al final de la UEA el alumno sea capaz de:

Diseñar estrategias de comunicación política para gobiernos, partidos e instituciones que participan en política y lo requieran.

Específicos:

Que al final de la UEA, el alumno sea capaz de:

1. Identificar las necesidades específicas de los actores que participan en los procesos de la comunicación política.
2. Explorar las diversas herramientas teórico-conceptuales en el diseño y aplicación de estrategias.
3. Conocer diversas metodologías de análisis para el diseño previo de tácticas en la comunicación política.
4. Entender el proceso de creación y aplicación de diversas estrategias en el campo de la comunicación política: en comunicación de gobierno, campañas políticas o situaciones de crisis.

CONTENIDO SINTETICO:

1. Comunicación política y estrategia.
 - 1.1 Actores sociales: estudio de casos paradigmáticos.
 - 1.2 Gobierno: estudio de casos de éxito.
 - 1.3 Actores políticos: consultores y expertos.
 - 1.4 Casos exitosos de campañas políticas.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 761

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 4501054

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACION POLITICA

2. Las herramientas teórico-conceptuales.
 - 2.1 El encuadre o framing.
 - 2.2 La agenda setting.
 - 2.3 Espiral del silencio.
 - 2.4 Marketing político.
 - 2.5 El relato político, story-telling.
3. Metodologías para el diseño de estrategias.
 - 3.1 La identificación de problemas: las encuestas y los grupos de enfoque.
 - 3.2 Proceso creativo: esbozo de una propuesta.
 - 3.3 Construcción de la narrativa.
 - 3.4 Diseño de la estrategia comunicativa.
4. Estrategias de comunicación política.
 - 4.1 Propuesta visual.
 - 4.2 Propuesta gráfica.
 - 4.3 La ciberpolítica.
 - 4.4 Redes sociales.

MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

- Exposiciones temáticas del profesor y de los alumnos.
- Exposición grupal.
- Reporte de videos.
- Entrega de trabajos escritos.

MODALIDADES DE EVALUACION:

Evaluación Global:

Se ponderarán las siguientes actividades a criterio del profesor:

- Reportes escritos de los trabajos realizados durante las sesiones de clase.
- Participación en los procesos de argumentación en las sesiones teóricas y prácticas.
- Tareas individuales.
- Evaluaciones periódicas.
- Evaluación terminal.

Evaluación de Recuperación:



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 461

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 4501054

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACION POLITICA

- El alumno deberá presentar una evaluación que contemple todos los contenidos de la UEA.
- No requiere inscripción previa a la UEA:

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

1. Chihu, A. (2016). La imagen de los candidatos presidenciales (México 2012). México: Porrúa.
2. D'Adamo, O. García, B. V. (2000). Medios de comunicación de masas y establecimiento de la agenda: Un estudio empírico en Argentina. América Latina Hoy, 25, 57-66. Universidad de Salamanca. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30802507>
3. Espino, G. (2006). El nuevo escenario de las campañas presidenciales. México: La Jornada Ediciones.
4. García, B. V., D'Adamo, O. y Slavinsky, G. (2005). Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales. Barcelona: Gedisa.
5. Ibinarriaga, J. A. y Trad, R. (2009). El arte de la guerra electora. México: Campus Libris.
6. Islas, O. y Huitrón, M. (2013). La comunicación de gobierno en tiempos de guerra. El caso de México bajo el mandato de Felipe Calderón. En Ponce, M. (Coord.). Caudillismo, e-política y teledemocracia, 167-186. Uruguay: Fin de Siglo.
7. Lakoff, G. (2007). No pienses en un elefante. Lenguaje y Debate Político. Madrid: Editorial Complutense.
8. Latinobarómetro (2012, 2014, 2016 y 2018). Disponible en: <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>
9. Pintado, B. T. y Sánchez, H. J. (Coords.). (2017). Nuevas tendencias en comunicación estratégica. Madrid: Editorial ESIC.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 461

EL SECRETARIO DEL COLEGIO