

UNIDAD: Cuajimalpa		DIVISIÓN Ciencias de la Comunicación y Diseño	
NIVEL: Licenciatura		EN Ciencias de la Comunicación	
CLAVE: 450154	UNIDAD DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE: Diseño de estrategias de comunicación política		TRIM: XI al XII
HORAS TEORÍA: 3	SERIACIÓN		CRÉDITOS: 8
HORAS PRÁCTICA: 2			OPT/OBL: OPT.

OBJETIVOS

GENERAL:

Que al final del curso, el alumno sea capaz de:

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

PARCIALES:

Que al final del curso, 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 SINTÉTICO

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.

NOMBRE DEL PLAN Licenciatura en Ciencias de la Comunicación		2/3
CLAVE 450154	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Diseño de estrategias de comunicación política	

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 CONDUCCIÓN DEL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE:

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

MODALIDADES DE EVALUACIÓN:

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.

NOMBRE DEL PLAN Licenciatura en Ciencias de la Comunicación		3/3
CLAVE 450154	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Diseño de estrategias de comunicación política	

Evaluación de Recuperación:

- El alumno deberá presentar una evaluación que contemple todos los contenidos del curso.

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE

Chihu, A. (2016). *La imagen de los candidatos presidenciales (México 2012)*. México: Porrúa.

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>

Espino, G. (2006). *El nuevo escenario de las campañas presidenciales*. México: La Jornada Ediciones.

García, B. V., D'Adamo, O. y Slavinsky, G. (2005). *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*. Barcelona: Gedisa.

Ibinarriaga, J. A. y Trad, R. (2009). *El arte de la guerra electora*. México: Campus Libris.

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.

Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y Debate Político*. Madrid: Editorial Complutense.

Latinobarómetro (2012, 2014, 2016 y 2018). Disponible en: <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

Pintado, B. T. y Sánchez, H. J. (Coords.). (2017). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. Madrid: Editorial ESIC.