

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Estrategias de comunicación política

Clave	Semestre 6°	Créditos 8	Campo de profundización	Comunicación Política		
			Etapa	Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (x)	P ()	T/P()
Carácter	Obligatorio (X) Optativo () Obligatorio E () Optativo E ()		Horas			
			Semana	Semestre		
			Teóricas 4	Teóricas 64		
			Prácticas 0	Prácticas 0		
			Total 4	64		
Seriación						
Ninguna ()						
Obligatoria ()						
Asignatura antecedente						
Asignatura subsecuente						
Indicativa ()						

Asignatura antecedente	Comunicación Política		
Asignatura subsecuente	Diseño de campañas políticas y propaganda		
Objetivo general: Comprender el proceso de planeación estratégica así como las distintas estrategias para resolver problemas de Comunicación Política en el terreno de un contexto definido.			
Objetivos específicos:			
1. El alumno comprenderá el proceso de planeación estratégica de Comunicación Política, partiendo desde objetivos claros y definidos.			
2. El alumno entenderá los conceptos que intervienen en la aplicación de herramientas estratégicas para la resolución de problemas en el campo de la Comunicación Política.			
3. El alumno a partir del análisis y estudios de caso podrá establecer estrategias de comunicación en escenarios futuros.			
4. El alumno generará estrategias de Comunicación Política desde las instituciones, campañas políticas o la ciudadanía.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Planeación estratégica de la comunicación política	25	0
2	Comunicación estratégica – institucional, campañas políticas y nuevas herramientas de participación política	39	0
	Total	64	0
	Suma total de horas	64	
Contenido Temático			
Tema	Subtemas		
1.	Planeación Estratégica de la Comunicación Política 1.1 Planeación estratégica; estrategia de comunicación; el proceso de comunicación; crisis comunicacional; comunicación de masas; los medios; naturaleza, alcance y fundamentos de la planeación estratégica		
2.	Comunicación Estratégica – institucional, campañas políticas y nuevas herramientas de participación política 2.1 Comunicación institucional 2.1.1 Modelo de comunicación de la Casa Blanca, EUA. 2.1.2 Estrategias empleadas por actores políticos 2.1.3 Entrevistas y ruedas de prensa 2.2 Comunicación política y medios de comunicación 2.3 Manejo de crisis en la comunicación política 2.3.1 Estudios de Caso, Bill Clinton- Monica Lewinsky. Caso Nixon Tipos de Campañas 2.4.1 Estrategias empleadas en campañas políticas (campañas negras, campañas en función del voto “económico”).		
Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	

Exposición	(X)	Exámenes parciales (X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final (X)
Lecturas	(X)	Trabajo y tareas (X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema (X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase (X)
Prácticas de campo	()	Asistencia (X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas ()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios ()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo ()
Otras (especificar)	()	Otras (especificar) ()
Perfil profesiográfico		
Título o grado	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o disciplinas afines	
Experiencia docente	Dos años de docencia	
Otra característica		
Bibliografía básica		
Tema 1. Planeación estratégica de la comunicación política		
<ul style="list-style-type: none"> • HOFMAN Douglas, K., (et al), <i>Principios de marketing y sus mejores prácticas</i>, 3ª ed., Thomson, México, 2007. • STEINER, George, A., <i>Planeación estratégica</i>, México, CECSA, 1983. • <i>El proceso de evolución de la planeación estratégica tradicional</i>. http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk13.htm • MINTZBERG, Henry, <i>Repensando la planeación estratégica parte 1: riesgos y falacias</i>. Trad. Anahí Gallardo Velázquez. http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num7/art14.htm 		
Tema 2. Comunicación estratégica		
Tema 2.1 Comunicación institucional.		
<ul style="list-style-type: none"> • CANEL. José María. <i>Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica</i>. “Técnicas para la Comunicación del mensaje político de las instituciones” pp. 84 – 96. • IZURIETA, Roberto, PERINA, Ruben M., ARTERTON, Christopher. <i>Estrategias De Comunicación Para Gobiernos</i>. Ed. LA CRUJIA. 		
Tema 2.1.1 Modelo de comunicación de la Casa Blanca		
<ul style="list-style-type: none"> • CANEL. José María. <i>Política. Una Guía para su estudio y Práctica</i>. Pp. 99-113 • KURTZ, Howard, <i>Spin cycle. How the white house and the media manipulate the</i> 		

news. Touchstone, USA, 1998.

Tema 2.1.2 Estrategias empleadas por actores políticos

- MORRIS, Dick *El Nuevo Príncipe. Maquiavelo actualizado para el Siglo XXI*. Ed El Ateneo. pp. 314.

Tema 2.1.3 Entrevistas, ruedas de prensa, etc.

- CANEL. José María. *Política. Una guía para su estudio y práctica*. Pp. 99-113

Tema 2.2 Comunicación política y medios de comunicación

- CANEL. José María. *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica*. Pp. 134 – 157.

2.4 Tema 2.3 Manejo de crisis en la comunicación política

- *Estrategia de comunicación: una herramienta para la gestión de políticas de formación y equidad*,
http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/pub_for/comunic/pdf/primer.pdf
- *Comunicación de resultados*, [www.estrategia%20de%20comunicacion%20-%20Ruben%20Pino\[1\].ppt](http://www.estrategia%20de%20comunicacion%20-%20Ruben%20Pino[1].ppt)
- University of Wisconsin-Parkside, *Managing communication during a time of crisis*, Crisis Communication Plan.
- Morris, Dick, *Behind the oval office*, Random House, N.Y., 1997.

Tema 2.3.1 Estudios de Caso.

- ZALLER, John R. *Monica Lewinsky's Contribution to Political Science*. Source: PS: Political Science and Politics, Vol. 31, No. 2 (Jun., 1998), pp. 182-189

Tema 2.4 Tipos de Campañas

- NORRIS. Pippa. On message. *Communicating the campaign*. Sage. 1999. UK. Pp 1 -19.

Tema 2.4.1 Estrategias empleadas en campañas políticas.

- STEVENSON Randolph and Lynn Vavreck. 'Does campaign length matter? Testing for cross-national effects' in *The British Journal of Political Science*, 30, 2000. pp. 217-235
- KEENA Lipsitz. 'What voters want from political campaign communication' in *Political Communication*, 22(3),2005. pp. 337-354
- RANGEL. Javier Treviño. *Pánico moral en las campañas electorales de 2006: la elaboración del "peligro para México"*. Foro Internacional, Vol. 49, No. 3 (197) COLMEX. (Jul. - Sep., 2009), pp. 638-689.
- LAU. Richard, Ivy Brown Rover, 'Negative campaigning' in *The Annual Review of Political Science*, Vol. 12, 2009, pp. 285-306

Bibliografía complementaria:

- BARDES, Barbara A. y Oldendick, Robert, *Public Opinion, measuring the american mind*, Wadsworth, Canada, 2000.
- MONTESINOS, Rafael. "Propuesta teórica para el análisis de la Comunicación Política". En *Sociedad y Comunicación. Una mirada del siglo XXI*. Teresa Paramo (coordinadora). Editorial Plaza y Valdés.