

Introducción a la Comunicación Política

(3 CRÉDITOS)

CÓDIGO CURSO: ICO001
PROFESORA: Andrea Acosta Rodríguez

PRESENTACIÓN

En el presente curso de “Introducción a la Comunicación Política” los estudiantes podrán conocer los fenómenos comunicativos existentes en la actualidad mundial, entorno a la injerencia que tiene este campo de las ciencias sociales en el desarrollo político de los países. Para comprender el significativo rol de la comunicación política, se requieren abordar términos como: comunicación, comunicación social, sociedad de masas, comunicación de masas, opinión pública, construcción de la imagen pública, política, entre otros conceptos, que permiten entender el concepto. Abordar la comunicación política en sus inicios, contexto actual y proyecciones permitirán al estudiante tener un panorama amplio acerca de las dinámicas actuales.

El comprender la génesis y el desarrollo de la comunicación política, le permitirá al estudiante tener bases teóricas suficientes para analizar la movilización del sistema político a partir de estrategias de comunicación política, que genera efectos en las audiencias y que se ven reflejados en el comportamiento de la opinión pública.

En este curso los estudiantes de manera colaborativa y constructiva, podrán realizar análisis de situaciones actuales que se planteen en el curso, además podrán aprender a planear y estructurar estrategias de comunicación política, coordinar procesos que implican la toma de decisiones en torno a canales y flujos de la información y estructuración del mensaje.

OBJETIVOS

Generales: Contextualizar y preparar al estudiante frente a las dinámicas actuales de la comunicación política.

Específicos: Al finalizar este curso y después de haber realizado las pruebas de conocimientos en línea, el estudiante estará en capacidad de:

- Entender conceptos como: Comunicación política, comunicación pública y comunicación de masas.
- Conocer el aporte de la comunicación política en el contexto mundial
- Definir y estructurar estrategias de comunicación política
- Identificar actores clave en el marco de la comunicación política

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

Este curso está dividido en ocho lecciones de una semana de duración cada uno. Se plantearán trabajos semanales sobre análisis de casos, informes, ensayos y foros de discusión para que los estudiantes discutan sus respuestas en cada unidad. Se realizarán pruebas en línea de selección múltiples a la mitad y al final del curso sobre los temas y material de las lecciones. A continuación, se presenta los criterios de evaluación y tabla de calificaciones:

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	% calificación
<p>Participación en el foro de discusión con preguntas, mapas mentales, conceptuales o infografías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participa oportunamente en cada una de las discusiones. • Demuestra comprensión avanzada de los conceptos. • Tiene la capacidad de analizar los casos expuestos • Es creativo para proyectar sus pensamientos 	50%
<p>Participación en la estructura de la estrategia de comunicación política</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escrito de forma clara, concisa, formal y organizada. • Ofrece puntos de vista con el apoyo de la investigación. • Sintetiza teorías y conceptos extraídos de una variedad de fuentes para apoyar declaraciones y conclusiones. 	40%
Evaluaciones parciales	10%

CONTENIDO

TEMA	ACTIVIDADES
<p>LECCIÓN 1</p> <p>¿Qué es la comunicación social y cuáles son los elementos del sistema de comunicación?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la comunicación interpersonal? • ¿Qué es la comunicación social? • Diferencias entre la comunicación y la información • Sistema de Comunicación – Modelo de Shannon y Weaver <p>Emisor – codificación – canal – decodificador – receptor – mensaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de Lasswell 	<p>VIDEOS Presentación explicativa de la lección y objetivos</p> <p>PARTICIPACIÓN EN FORO DE COMUNICACIÓN ZIU</p> <p><i>Realice una historieta en la que abarque todos los temas de la sesión y haga una breve retroalimentación de la misma.</i></p>
<p>LECCIÓN 2</p> <p>Naturaleza e historia de la comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Aguja Hipodérmica • Modelo de Osgood y Shramm • Modelo Hovland 	<p>LECTURAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lección 2: Introducción a las teorías de la información y la comunicación <p>VIDEOS Presentación explicativa de la lección y objetivos Nuestros orígenes. 4. La Importancia de la Comunicación.</p> <p>PARTICIPACIÓN EN FORO DE COMUNICACIÓN ZIU</p> <p><i>Realice un mapa conceptual donde abarque las teorías de la comunicación, publíquelo en el foro y comente el mapa de sus compañeros.</i></p>

TEMA	ACTIVIDADES
<p>LECCIÓN 3 Comunicación masiva</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qué es la comunicación masiva • Objetivos de la comunicación masiva • La Aldea Global de McLuhan 	<p>LECTURAS Lección 3: Comunicación masiva</p> <p>VIDEOS Presentación explicativa de la lección y objetivos</p> <p>PARTICIPACIÓN EN EL FORO DE COMUNICACIÓN ZIU</p> <p><i>Haga una reflexión escrita (máximo 250 palabras) acerca del impacto de la comunicación masiva. Publíquela en el foro y comente la reflexión de al menos un compañero.</i></p>
<p>LECCIÓN 4</p> <p>Rol de medios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qué es un medio de comunicación. • Objetivos de los diferentes medios de comunicación. • La prensa • La radio • La Televisión • Medios alternativos de comunicación • El internet 	<p>LECTURAS Lección 4: Medios de comunicación</p> <p>VIDEOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación explicativa de la lección y objetivos <p>PARTICIPACIÓN EN EL FORO DE COMUNICACIÓN ZIU</p> <p><i>Elija un medio de comunicación de su interés y haga una reseña (500 palabras) de acuerdo a lo visto en la lección, indicando una descripción, características del medio, objetivos periodísticos y audiencia a la que está dirigido.</i></p>
<p>LECCIÓN 5</p> <p>El líder de opinión</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qué es un líder de opinión. • Características del líder de opinión. • El impacto de los líderes de opinión • Ejemplos de líderes de opinión • Mensajes masivos estructurados por el líder de opinión 	<p>LECTURAS Lección 5: Fundamentos del líder de opinión</p> <p>VIDEOS Presentación explicativa de la lección y objetivos Película el Discurso del Rey</p> <p>PARTICIPACIÓN EN PARTICIPACIÓN EN EL FORO DE COMUNICACIÓN ZIU</p> <p><i>En un escrito responda las siguientes preguntas, las cuales debe publicar en el foro ZIU</i></p> <p><i>Al hacer un análisis del ex presidente de Estados Unidos, Barack Obama: ¿mencione 3 características del líder de opinión que tenga Barack Obama? ¿Cuál fue el discurso que llevó a</i></p>

TEMA	ACTIVIDADES
	<p><i>Barack Obama a ser Presidente de los Estados Unidos? ¿Cuáles fueron los medios de comunicación que utilizó Barack Obama durante su campaña?</i></p>
<p>LECCIÓN 6</p> <p>Comunicación política</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qué se entiende por comunicación política y comunicación política como disciplina. • Cómo y cuándo nace la comunicación política. • Casos donde se evidencian estrategias de comunicación política 	<p>PARTICIPACIÓN EN PARTICIPACIÓN EN EL FORO DE COMUNICACIÓN ZIU</p> <p><i>Se realizará un foro en el que los estudiantes realizarán un análisis de los casos presentados en la lección.</i></p>
<p>LECCIÓN 7</p> <p>Estrategia de comunicación Política</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qué es una estrategia • Diferencia entre la estrategia y la táctica • Análisis de casos 	<p>LECTURAS</p> <p>Libro El arte de la Guerra, Sun Tzu</p> <p>PARTICIPACIÓN DEL ESTUDIANTE</p> <p>Los estudiantes compartirán conceptos clave aprendidos en el tablero digital, habilitado para tal fin.</p>
<p>LECCIÓN 8</p> <p>Estrategia de comunicación Política</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de estrategias de comunicación política 	<p>PARTICIPACIÓN DEL ESTUDIANTE</p> <p><i>De manera colectiva entre todos los asistentes a la lección consolidaremos una estrategia de comunicación política</i></p>

CONTACTO: Andre.2124@gmail.com