



Sílabo de Comunicación y Opinión Pública

I. Datos generales

Código	ASUC 00119			
Carácter	Obligatorio			
Créditos	3			
Periodo académico	2020			
Prerrequisito	Investigación de mercados			
Horas	Teóricas:	2	Prácticas:	2

II. Sumilla de la asignatura

La asignatura corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico-práctica. Tiene como propósito desarrollar en el estudiante la capacidad de aplicar técnicas y estrategias de comunicación eficaz dirigidas a la opinión pública.

La asignatura contiene: La influencia de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. Teoría de la "agenda setting", según la cual el público recurre a las pistas de relevancia que le ofrecen los medios de comunicación de masas para organizar su propia agenda y decidir cuáles son los temas más importantes en la consideración pública. La agenda de los medios de información, la agenda mediática y cómo se convierte en la agenda pública y en opinión pública.

Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de desarrollar técnicas y estrategias de comunicación, dirigidas a la opinión pública reconociendo la influencia de los medios de comunicación que, marcan la agenda del interés de la opinión pública.



III. Organización de aprendizajes

Unidad I Comunicación y opinión pública		Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar las estrategias de la comunicación de masas, el papel que cumplen los líderes de opinión para crear opinión pública de los hechos sociales.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ La comunicación: conceptos, elementos, participantes ✓ Los medios de comunicación, sus operadores, los sectores de interés, periodistas en acción, las fuentes de información sobre los asuntos públicos, los intereses sociales comunes ✓ Opinión pública: que es la opinión pública, conceptos psicosociológicos ✓ El público y la multitud desde una perspectiva comunicacional, emociones, identidad ✓ La investigación empírica de la opinión pública, el estudio de los efectos de los medios de comunicación, la segmentación social, modalidades de expresión, La imagen pública ✓ Los líderes y su influencia en la opinión pública 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identifica el rol social de los medios de comunicación, describiendo las diferencias entre medios de comunicación públicos y de interés comunes ✓ Reconoce los agentes de comunicación y sus efectos principales ✓ Aplica la metodología para formular las estrategias de comunicación pública 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valora la importancia de los medios de comunicación. ✓ Valora el objetivo de los medios y sus efectos que genera a la opinión pública. 	
Instrumento de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba mixta 		
Bibliografía (básica y complementaria)	<p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monzón, C. (2006). Opinión pública, comunicación y política (2° ed.). s.l.: Tecnos. <p>Complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ochoa, O. (2000). Comunicación política y opinión pública (1° ed.). México: Mc Graw Hill. 		
Recursos educativos digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Rubio, J. Departamento de Filosofía II. Universidad de Granada. http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferrerres.html • Finkel, M. Universidad Rafael Landívar 2016 https://es.slideshare.net/meirfinkel/comunicacin-y-opinin-pblica 		



Unidad II		Duración en horas	16
Clima de opinión pública - agenda setting			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la información que se quiere transmitir, mediante los medios de comunicación de masas, al mismo tiempo podrá analizar los hechos e información, qué vicios esconde y a dónde van dirigidos.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Opinión pública y espacio público ✓ Formación de la opinión pública. Teoría de la agenda setting. Tipos de agenda ✓ Niveles de la agenda setting ✓ Los medios de comunicación en la formación y regulación ✓ Información mediática, hipótesis de la agenda setting ✓ Transferencias temáticas; agenda mediática, agenda pública. ✓ Los textos y su interpretación: el paso de la agenda mediática a la agenda pública 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplica los textos comunicativos y su interpretación e Identifica los medios de comunicación de masas como consentimiento colectivo, bosquejando situaciones colectivas de opinión. ✓ Analiza información primaria del colectivo e imaginario social sobre hechos y efectos comunicativos. ✓ Elabora el árbol de medios y fines para alcanzar una mejor comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valora la jerarquía que pueda tener la información de las fuentes primarias y secundarias. 	
Instrumento de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba mixta 		
Bibliografía (básica y complementaria)	<p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monzón, C. (2006) Opinión pública, comunicación y política (2° ed.). s.l.: Tecnos. <p>Complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ochoa, O. (2000). <i>Comunicación política y opinión pública</i> (1° ed.). México: Mc Graw Hill. 		
Recursos educativos digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Días, G., Maya, A. y Reyes, A. https://es.slideshare.net/alex_maec/agenda-setting-12010568 • https://es.slideshare.net/meirfinkel/comunicacin-y-opinin-pblica 		



Unidad III		Duración en horas	16
Expresión del pensamiento – métodos y herramientas			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de utilizar las diferentes herramientas de investigación en la gestión de las comunicaciones público-privadas		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Triada de la comunicación: espacio, tema, público. ✓ El discurso en la comunicación ✓ Investigación en la opinión pública; método cuantitativo (análisis de contenido, encuesta de opinión, mediciones telefónicas, lecturas e interpretación de tablas). Método cualitativo (entrevistas estructuradas, otro tipo de entrevistas, lectura e interpretación de datos, grupos focales, tablas cruzadas) ✓ Mediciones de la opinión pública ✓ Componentes principales de la opinión pública 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elabora esquemas de discursos comunicativos, aplicando métodos de investigación para conocer discursos y hechos sociales; elabora y aplica instrumentos de investigación. ✓ Bosqueja mensajes y discursos en el marco de la agenda <i>Setting</i>. ✓ Identifica segmentos de opinión pública. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valora la importancia de la investigación para la elaboración de los mensajes en medios de comunicación de masas. 	
Instrumento de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba mixta 		
Bibliografía (básica y complementaria)	<p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monzón, C. (2006) Opinión pública, comunicación y política (2° ed.). s.l.: Tecnos. <p>Complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ochoa, O. (2000). Comunicación política y opinión pública (1° ed.). México: Mc Graw Hill. 		
Recursos educativos digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Rafael Landívar 2016 https://es.slideshare.net/meirfinkel/comunicacin-y-opinin-pblica • Castillejo, M. University Pompeu Fabra https://www.researchgate.net/publication/49582660_Metodologia_para_el_analisis_de_la_opinion_publica_y_la_comunicacion_politica_en_Internet 		



Unidad IV		Duración en horas	16
La comunicación y la agenda política social			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar socialmente un proyecto de comunicación y opinión pública dentro del marco de la agenda <i>setting</i> .		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Factores en el establecimiento periodístico ✓ La nueva AS TWITTER y la agenda <i>setting</i> ✓ La comunicación política y sus procesos ✓ El análisis de los mensajes políticos y sus actores. ✓ La conducta político social ✓ El actuar sociopolítico del ciudadano ✓ La globalización y sus efectos en la comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elabora la matriz de la estructura de los mensajes político hacia la opinión pública. ✓ Interpreta los resultados de las variables de la comunicación pública. ✓ Identifica y se compromete con la ética de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asume una actitud responsable durante el proceso de identificación y análisis de los contenidos y medios de comunicación, regional, nacional y global. 	
Instrumento de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba mixta 		
Bibliografía (básica y complementaria)	<p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monzón, C. (2006) Opinión pública, comunicación y política (2° ed.). s.l.: Tecnos. <p>Complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ochoa, O. (2000). Comunicación política y opinión pública (1° ed.). México: Mc Graw Hill. 		
Recursos educativos digitales	<ul style="list-style-type: none"> • https://aleeferman.wordpress.com/2015/11/23/teorias-agenda-setting-vs-auto-comunicacion-de-las-masas/ • https://es.slideshare.net/Brealiaroc/comunicacin-politica-y-opinion-publica-9248689 		



IV. Metodología

El desarrollo teórico-práctico de las diferentes sesiones de aprendizaje está enmarcado en los procedimientos y actividades de la metodología activa. Se promoverá la participación constante de los estudiantes a partir del aprendizaje cooperativo. Las estrategias metodológicas están constituidas por las exposiciones, trabajos en talleres grupales, las discusiones grupales, retroalimentaciones constantes, etc. Asimismo, se hará uso permanente de los siguientes recursos: aula virtual, hojas de prácticas.

V. Evaluación

VI.1. Modalidad a distancia

Rubros	Comprende	Instrumentos	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Prueba mixta	Requisito
Consolidado 1	Unidad I	Prueba mixta	20%
Evaluación parcial	Unidad I y II	Rubrica de evaluación	20%
Consolidado 2	Unidad III	Prueba mixta	20%
Evaluación final	Todas las unidades	Rubrica de evaluación	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Todas las unidades	No aplica	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20\%) + EP (20\%) + C2 (20\%) + EF (40\%)$$