

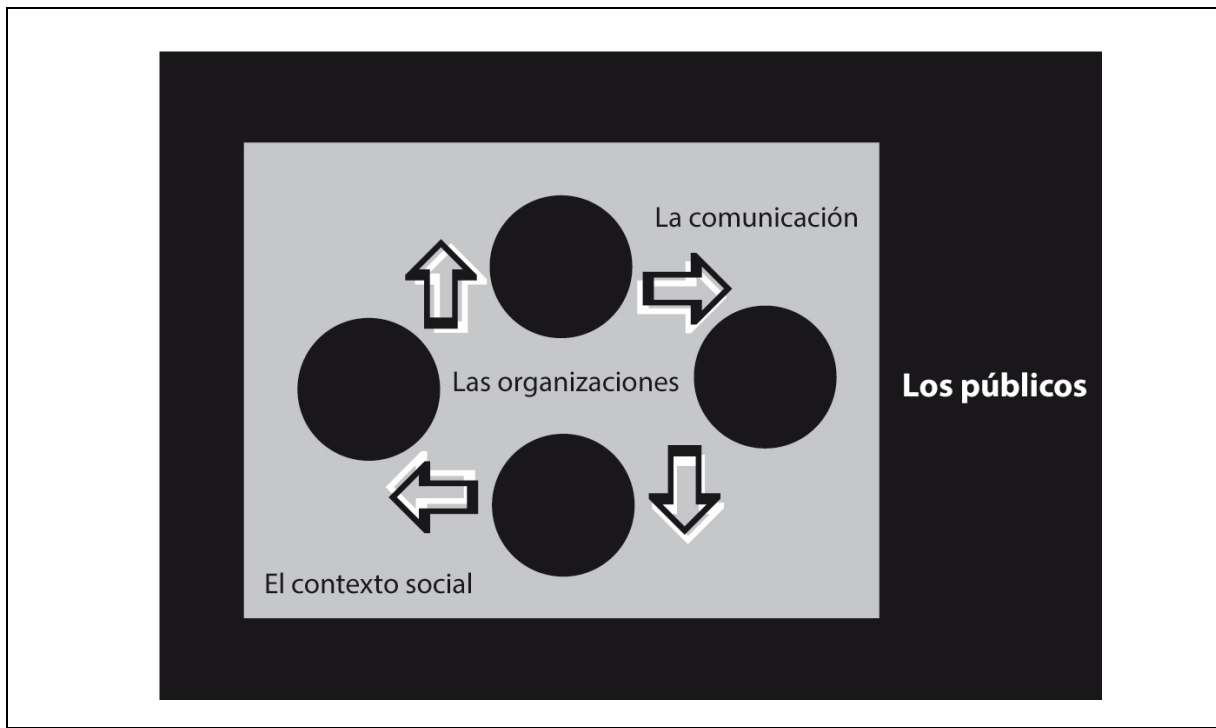
PROGRAMA ANALÍTICO

| ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y SIGNIFICACIÓN | |
|---|--|
| Fecha de elaboración: | |
| 27 feb 2015 | |
| Elaboró Programa sintético | M.C.C. César Arnulfo Reyna Barrientos |
| Elaboró Programa analítico | LDG Claudia Madriz Rico LDG Anuar Abraham Lugo Estrada M.C.C. César Arnulfo Reyna Barrientos |
| Revisó | DG. Angélica Vilet Espinosa |

DATOS BÁSICOS

| Semestre | Horas de teoría | Horas de práctica | Horas trabajo adicional estudiante | Créditos |
|-----------------------|--------------------------------|-------------------|------------------------------------|----------|
| 7 | 2 | 1 | 1 | 4 |
| Tipología: | Obligatoria | | | |
| Comparte materia con: | Que se imparte en el semestre: | Tipología: | | |

ESQUEMA DE CONTENIDO



OBJETIVOS DEL CURSO

| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| <p>Objetivos generales</p> | <p>Al finalizar el curso el estudiante será capaz de: Identificar a través de la comprensión los factores clave que deben ser observados y analizados para la planeación de acciones comunicativas estratégicas pertinentes a cada organización y la importancia del significado del mensaje en el contexto de las campañas sociales, políticas, culturales y publicitarias.</p> | | | |
| <p>Competencia (s) profesionales de la carrera a las que contribuye a desarrollar</p> | <p>Diagnosticar problemas y necesidades de comunicación visual del hombre en su relación con el entorno.</p> | <p>Diseñar mensajes visuales pertinentes y significativos en contextos determinados</p> | <p>Gestionar proyectos de diseño gráfico que den respuesta a diversas necesidades y demandas contextuales pertinentes.</p> | |
| <p>Competencia (s) transversales a las que contribuye a desarrollar</p> | <p>Comprender el mundo que lo rodea e insertarse en él bajo una perspectiva cultural propia y al mismo tiempo tolerante y abierta a la comprensión de otras perspectivas y</p> | <p>Asumir las propias responsabilidades bajo criterios de calidad y pertinencia hacia la sociedad, y contribuyendo activamente en</p> | <p>Comunicar sus ideas en forma oral y escrita, tanto en español como en inglés, así como a través de las más modernas</p> | <p>Capacidad para argumentar y desarrollar posturas y propuestas a partir de procedimientos reflexivos de</p> |

PLAN DE ESTUDIOS 2013

| | | | | |
|--|--|--|-----------------------------|----------------------------|
| | culturas. | la identificación y solución de las problemáticas de la sustentabilidad social, económica, política y ambiental. | tecnologías de información. | magnitud interdisciplinar. |
| Objetivos específicos | Unidades | Objetivo específico | | |
| | 1. Las estrategias de comunicación y las organizaciones | Que el alumno identifique las variables que determinan los problemas de las organizaciones y que condicionan su actuación en términos de la estrategia de comunicación. | | |
| | 2. El objetivo de la estrategia de comunicación | Que el alumno identifique y analice los diferentes objetivos de las organizaciones y sus públicos. | | |
| | 3. El sistema social y la resignificación del mensaje | Que el alumno comprenda la importancia del significado del mensaje en el contexto de las campañas sociales, políticas, culturales y publicitarias. | | |
| Preguntas de la Unidad 1 | <p>¿Por qué crees que es importante la estrategia en el ejercicio del diseño gráfico?</p> <p>¿Qué factores humanos, tecnológicos y financieros condicionan las estrategias de comunicación de una organización?</p> <p>¿Estos factores son determinantes en el diseño?</p> <p>¿Para que nos sirve saber elaborar un árbol de problemas?</p> <p>¿Cuál es la importancia de reconocer la problemática de la organización?</p> <p>¿Cómo diferencias un problema de comunicación de otro tipos de problemas?</p> <p>¿Por que es importante identificar las características de un problema de comunicación?</p> | | | |
| UNIDAD 1 | | | 16 h | |
| Las estrategias de comunicación y las organizaciones | | | | |
| Tema 1.1 Las organizaciones y su estrategia | | | 6 h | |
| <i>Subtemas</i> | 1.1.1 | Concepto de estrategia | | |
| | 1.1.2 | Propósito de la Estrategia | | |
| | 1.1.3 | Los recursos (Operacionales y Financieros) | | |
| | 1.1.4 | Los medios | | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de medio de comunicación <ul style="list-style-type: none"> a) La difusión de los medios de comunicación ▪ Clasificación de los Medios de comunicación | | |

PLAN DE ESTUDIOS 2013

| | | |
|--|---|------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Breve historia del medio de comunicación, desde Gutenberg hasta el internet ▪ Medios convencionales y no convencionales <p>1.1.5 El Contexto</p> | |
| Tema 1.2 El cliente como organización | | 6 h |
| <i>Subtemas</i> | <p>Definición de organización</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estructura ocupacional <ol style="list-style-type: none"> a) Sector público (poder legislativo, ejecutivo y judicial; organizaciones, paraestatales, federales, estatales y municipales). b) Sector privado, empresas (industria, comercio, servicios), asociaciones (religiosas, políticas y civiles). <p>Entorno interno de las organizaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipos de redes de comunicación formales e informales. <p>Entorno externo de las organizaciones</p> <p>Factores humanos, tecnológicos y financieros de las organizaciones.</p> | |
| Tema 1.3 Análisis situacional de las organizaciones | | 4 h |
| <i>Subtemas</i> | <p>Situación actual</p> <p>Situación deseada</p> <p>Problemas</p> <p>Problemáticas</p> <p>Arbol de problemas</p> <p>Delimitación de los problemas de comunicación</p> | |
| <i>Lecturas y otros recursos</i> | <p>-Arceo Vacas JL., Las relaciones públicas en España, McGraw HILL. Universidad Complutense de Madrid</p> <p>-Rivers L W., Mathews, Ceve, TR, Martínez Conde, E R., "La ética en los medios de comunicación", México, Gernika, 1998.</p> <p>-Berlo, D.K (2000). El proceso de la Comunicación: introducción a la teoría y a la práctica (2° ed) Buenos Aires: Ateneo</p> | |
| <i>Métodos de enseñanza</i> | <p>+ Aprendizaje basado en la realización de proyectos</p> <p>+ Discusiones enfocadas al desarrollo de la competencia</p> <p>+ Dinámicas grupales que integren el conocimiento teórico-práctico</p> <p>+ Exposición de temas con cuestionamientos periódicos que inviten a deducir nuevos conceptos.</p> <p>+ Ejercicios de investigación y aplicación (documental y de campo)</p> <p>+ Lecturas asociadas a los temas</p> <p>+ Lecturas complementarias con reportes específicos</p> | |
| <i>Actividades de aprendizaje</i> | <p>+ Proyectos con contenidos sintéticos de análisis y reflexión</p> <p>+ Exposición de temas</p> <p>+ Elaboración de esquemas por equipos de investigación</p> <p>+ Material visual relacionado con los temas</p> | |
| <i>Preguntas</i> | ¿Qué determina los objetivos de comunicación en las organizaciones? | |

PLAN DE ESTUDIOS 2013

| | | |
|--|---|--------------|
| de la Unidad 2 | ¿Cómo se determina a quien dirigir un mensaje? ¿Cómo identificar los públicos de un auditorio? ¿Cómo se relacionan los públicos y porque debería importar? | |
| UNIDAD 2 | | 16 hs |
| El objetivo de la estrategia de comunicación | | |
| Tema 2.1 Los objetivos en la estrategia de comunicación | | 4 hs |
| <i>Subtemas</i> | 2.1.1 Diferencia conceptual entre fin, meta y objetivo. Organigrama de las organizaciones Objetivo corporativo Objetivo de departamento Objetivo de comunicación | |
| Tema 2.2 Públicos involucrados en las estrategias de comunicación | | 4 hs |
| <i>Subtemas</i> | 2.2.1 Definición de auditorio Definición de los públicos - Mapeo de públicos - Definición de stakeholder | |
| Tema 2.3 Relación entre públicos | | 4 hs |
| <i>Subtemas</i> | 2.3.1 Los Sistemas sociales Que es un sistema social Los Roles sociales Los Mecanismos de relación en los sistemas sociales los influenciadores, Los motivadores Los detonadores. | |
| Tema 2.4 La norma social | | 4 hs |
| <i>Subtemas</i> | 2.4.1 La Norma Social La norma subjetiva La intención Costos sociales, económicos, físicos, emocionales. | |
| <i>Lecturas y otros recursos</i> | -Berlo,D.K (2000). El proceso de la Comunicación: introducción a la teoría y a la práctica (2° ed) Buenos Aires: Ateneo -Baena,G. (2011). Teoría de la Comunicación México. Editorial: Grupo Editorial Patria. -López,J. (1998), Semiótica de la comunicación Gráfica. (p.p257-293). Mexico:INBA y UNAM. -Serrano,S. (2012.) Comprender la Comunicación. España: Editorial Paidos. | |
| <i>Métodos de enseñanza</i> | + Aprendizaje basado en la realización de proyectos + Discusiones enfocadas al desarrollo de la competencia + Dinámicas grupales que integren el conocimiento teórico-práctico + Exposición de temas con cuestionamientos periódicos que inviten a | |

PLAN DE ESTUDIOS 2013

| | | |
|--|--|-------------|
| | <p>deducir nuevos conceptos.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Ejercicios de investigación y aplicación (documental y de campo) + Lecturas asociadas a los temas + Lecturas complementarias con reportes específicos + Exposición de proyectos realizados por profesionales | |
| <i>Actividades de aprendizaje</i> | <ul style="list-style-type: none"> + Proyectos con contenidos sintéticos de análisis y reflexión + Exposición de temas + Elaboración de esquemas por equipos de investigación + Material visual relacionado con los temas | |
| Preguntas de la Unidad 3 | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la diferencia entre contenido y mensaje? ¿Cómo se establecen los mensajes? ¿Cuál es la importancia del contexto en la entrega de un mensaje? ¿Qué es Contexto? ¿El contexto Significa? ¿Cómo se elije el contexto? ¿Cuál es la diferencia entre el canal y el medio? ¿Cómo se elijen los medios? ¿Qué es una campaña integrada de comunicación? ¿Cómo se determina la duración de una campaña? ¿Es posible medir el impacto de una campaña? | |
| UNIDAD 3 | | 16 h |
| El sistema social y la resignificación del mensaje | | |
| Tema 3.1 Significación del mensaje | | 4 hs |
| <i>Subtemas</i> | <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1 Definición de significación 3.1.2 El mensaje 3.1.3 Diferencia entre contenido y mensaje 3.1.4 Generación del mensaje 3.1.5 Resignificación | |
| Tema 3.2 El contexto social | | 4 hs |
| <i>Subtemas</i> | <ul style="list-style-type: none"> 3.2.1 El sistema social 3.2.2 El contexto social 3.2.3 El Contexto y los roles sociales 3.2.4 Significación del espacio y los objetos semióticos 3.2.5 Contexto como soporte de la comunicación 3.2.6 Medios alternativos y el mensaje | |
| Tema 3.3 Las campañas sociales, políticas y publicitarias | | 8 hs |
| <i>Subtemas</i> | <ul style="list-style-type: none"> 3.3.1 Diferencia entre canal y medio 3.3.2 La elección del medio 3.3.3 La duración de las campañas 3.3.4 El impacto de las campañas 3.3.5 Análisis de casos de campañas | |

PLAN DE ESTUDIOS 2013

| | |
|-----------------------------------|--|
| <i>Lecturas y otros recursos</i> | <p>-López,J. (1998), Semiótica de la comunicación Gráfica. (p.p257-293). Mexico:INBA y UNAM.</p> <p>-Serrano,S. (2012.) Comprender la Comunicación. España: Editorial Paidós.</p> <p>-Fiske,J (1985). Teoría de la Comunicación e Introducción al estudio de la Comunicación (pp. 1-17). España: Editorial Herper.</p> <p>-Boventer,Hermann. La Importancia de los Medios de Comunicación Edit.Konrad Adenauer. Berlín 1993.</p> |
| <i>Métodos de enseñanza</i> | <ul style="list-style-type: none"> + Aprendizaje basado en la realización de proyectos + Discusiones enfocadas al desarrollo de la competencia + Dinámicas grupales que integren el conocimiento teórico-práctico + Exposición de temas con cuestionamientos periódicos que inviten a deducir nuevos conceptos. + Ejercicios de investigación y aplicación (documental y de campo) + Lecturas asociadas a los temas + Lecturas complementarias con reportes específicos + Exposición de proyectos realizados |
| <i>Actividades de aprendizaje</i> | <ul style="list-style-type: none"> + Proyectos con contenidos sintéticos de análisis y reflexión + Exposición de temas + Elaboración de esquemas por equipos de investigación + Material visual relacionado con los temas |

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Involucrar y retroalimentar al alumno con su participación activa, analítica, de discusión e interpretación reflexiva en cada una de las unidades. En la comprensión del tema se tomarán como métodos y actividades de aprendizaje las exposiciones dialogadas, las dinámicas grupales, ejercicios de investigación y aplicación, entre otros recursos. El conocimiento teórico-práctico deberá transmitirse al alumno con un diálogo abierto en cada una de las sesiones.

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

| Elaboración y/o presentación de: | Periodicidad | Abarca | Ponderación |
|----------------------------------|------------------|---|-------------|
| Primer examen parcial 20% | Unidad didáctica | Unidad 1 (Contenidos: 1.1 a 1.4) Ejercicios prácticos realizados en clase | 5% |

PLAN DE ESTUDIOS 2013



| | | | |
|-----------------------------------|------------------|--|-----|
| | | Reporte escrito de lecturas complementarias Exposición oral de lecturas complementarias | 5% |
| | | Examen teórico | 10% |
| Segundo examen parcial 30% | Unidad didáctica | Unidad 2 (Contenidos: 2.1 a 2.4) Ejercicios prácticos realizados en clase | 5% |
| | | Reporte escrito de lecturas complementarias Exposición oral de lecturas complementarias | 10% |
| | | Exposición y reporte escrito de un proyecto | 5% |
| | | Examen teórico-práctico | 10% |

PLAN DE ESTUDIOS 2013

| | | | |
|---|---|---|-----|
| <p>Tercer examen parcial</p> <p>50%</p> | <p>Unidad didáctica</p> <p>Unidad didáctica</p> | <p>Unidad 3 (Contenidos: 3.1 a 3.3)</p> <p>Ejercicios teórico-prácticos realizados en clase</p> | 10% |
| | | <p>Lecturas complementarias</p> <p>Ejercicios complementarios</p> | 10% |
| | | <p>Análisis, discusión y reflexión retórica de proyecto con integración de contenidos (lenguajes textual y visual) en reporte escrito y exposición oral</p> | 10% |
| | | <p>Unidad 1-3 (Contenidos: 1.1 a 3.3)</p> <p>Análisis de campañas</p> | 10% |
| | | <p>Examen teórico-práctico</p> | 10% |
| Examen ordinario | Promedio de las tres unidades | 100% | |
| Examen extraordinario | Trabajo que comprenda las tres unidades | 100% | |
| Examen a título | Trabajo que comprenda las tres unidades | 100% | |
| Examen de regularización | Trabajo que comprenda las tres unidades | 100% | |

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS INFORMÁTICOS

PLAN DE ESTUDIOS 2013

| | |
|-------------------------------|---|
| <p>Textos básicos</p> | <p>-Arceo Vacas JL., Las relaciones públicas en España, McGraw HILL. Universidad Complutense de Madrid -Rivers L W., Mathews, Ceve, TR, Martínez Conde, E R., "La ética en los medios de comunicación", México, Gernika, 1998. -Berlo, D.K (2000). El proceso de la Comunicación: introducción a la teoría y a la práctica (2° ed) Buenos Aires: Ateneo -Baena, G. (2011). Teoría de la Comunicación México. Editorial: Grupo Editorial Patria. -López, J. (1998), Semiótica de la comunicación Gráfica. (p.p257-293). Mexico: INBA y UNAM. -Serrano, S. (2012.) Comprender la Comunicación. España: Editorial Paidós. -Fiske, J (1985). Teoría de la Comunicación e Introducción al estudio de la Comunicación (pp. 1-17). España: Editorial Herper. -Boventer, Hermann. La Importancia de los Medios de Comunicación Edit. Konrad Adenauer. Berlín 1993.</p> |
| <p>Textos complementarios</p> | <p>-García, M; López, M & Ruiz, M.J (2011). Medios de Comunicación y cultura ¿ cultura de medias? Baecelona: Los libros de la frontera -Costa, J.(2003). Diseñar para los ojos. Bolivia: grupo Editorial Desing.</p> |
| <p>Sitios de Internet</p> | <p>Comunicación Organizacional. http:// Catarina.udlap.mx/udla/tales/documentos/lco/...t.../capitulo2.pdf http://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-estrategias-de-promocin</p> |
| <p>Bases de datos</p> | <p> http://creativa.uaslp.mx/ Se accede a ellas a través de www.uaslp.mx  EBSCOHost - Research Databases</p> |