

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

|                 |                                   |  |
|-----------------|-----------------------------------|--|
| <b>Elaboró:</b> | Mtro. Ricardo Ramírez Nieto       | Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. |
|                 | Mtro. Pedro Asgard Olivares López | Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  |
|                 | Mtra. María Cristina Reyes Montes | Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  |
|                 | Mtro. José Damián Hernández Yanes | Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  |

**Fecha de aprobación:**

**H. Consejo Académico**

23 de Enero de 2023

**H. Consejo de Gobierno**

23 de Enero de 2023

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## Índice

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| <b>I. Datos de identificación.</b>                                       | 3           |
| <b>II. Presentación del programa de estudios.</b>                        | 4           |
| <b>III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.</b> | 5           |
| <b>IV. Objetivos de la formación profesional.</b>                        | 7           |
| <b>V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.</b>                         | 9           |
| <b>VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.</b>     | 10          |
| <b>VII. Acervo bibliográfico.</b>  | 12          |



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



**I. Datos de identificación.**

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Unidad Académica Profesional Huehuetoca**

Estudios profesionales **Licenciatura en Comunicación, 2018**

Unidad de aprendizaje **Estrategias de Comunicación política**

Carga académica

|                |                 |                |          |
|----------------|-----------------|----------------|----------|
| <b>3</b>       | <b>1</b>        | <b>4</b>       | <b>7</b> |
| Horas teóricas | Horas prácticas | Total de horas | Créditos |

Carácter **Optativa** Tipo **Curso** Periodo escolar **Octavo**

Área curricular **Ciencias Sociales** Núcleo de formación **Integral**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**

UA Antecedente UA Consecuente

Formación común

Licenciatura

No presenta **X**



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## II. Presentación del programa de estudios.

La comunicación política es una acción de gobierno que va más allá de la mera creatividad, la improvisación o la suerte de no verse involucrados en una situación de crisis comunicativa; en sentido estricto, se deben de dejar atrás las acciones de difusión y promoción por impulsos, sin definir un plan de acciones ni destinar una partida anual para el desarrollo de esta, que permita alcanzar los objetivos programados.

Las estrategias de comunicación política son esenciales para hacer frente a las acciones de gobierno que han sido planificadas previamente, siguiendo una serie de pasos y procesos mediante métodos, técnicas y enfoques de comunicación. En definitiva, el desarrollo de una estrategia de comunicación política va a crear o fortalecer el vínculo entre el gobernante y el gobernado, entre el candidato y el elector.

Por lo tanto, las estrategias de comunicación política deberán partir de la planeación estratégica, modelos estratégicos, prospectiva y escenarios; así como las tácticas comunicativas, límites y alcances que ésta tiene, que le permita formular acciones de comunicación política en instituciones públicas de los tres niveles de gobierno y poderes.

Finalmente, y no por ello menos importante, dentro de las estrategias de comunicación política se deberán considerar los cambios socioculturales, políticos y legales que se han sucedido en México en las dos primeras décadas del Siglo XXI y que se vinculan con valorar el papel de la perspectiva de género y en general con el liderazgo femenino en el ámbito político, tanto como parte del funcionariado público, como con la ocupación de cargos de representación popular.

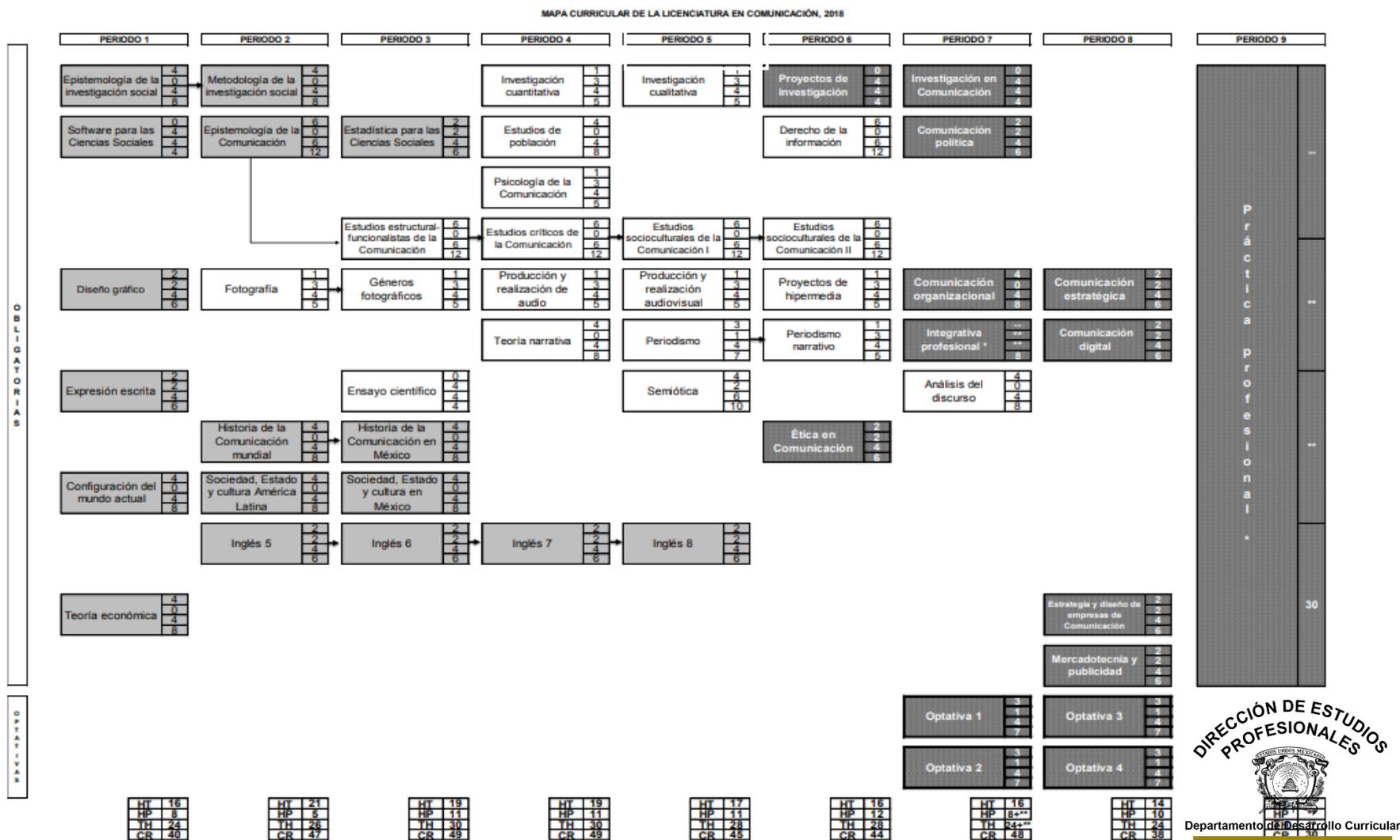


Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



### III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular



Departamento de Desarrollo Curricular  
Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación  
Reestructuración, 2018  
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

| PERIODO 1 | PERIODO 2 | PERIODO 3 | PERIODO 4 | PERIODO 5 | PERIODO 6 | PERIODO 7  | PERIODO 8  |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|--|
|           |           |           |           |           |           | Guionismo<br>3<br>1<br>4<br>7                            |  |
|           |           |           |           |           |           | Producción editorial<br>3<br>1<br>4<br>7                 | Periodismo digital<br>3<br>1<br>4<br>7                       |
|           |           |           |           |           |           | Comunicación y cambio social<br>3<br>1<br>4<br>7         | Comunicación y educación<br>3<br>1<br>4<br>7                 |
|           |           |           |           |           |           | Relaciones públicas<br>3<br>1<br>4<br>7                  | Estrategias de Comunicación política<br>3<br>1<br>4<br>7     |
|           |           |           |           |           |           |  | Derechos de autor<br>3<br>1<br>4<br>7                        |
|           |           |           |           |           |           |  | Intercultural communication <sup>1</sup><br>3<br>1<br>4<br>7 |
|           |           |           |           |           |           | Arte y Comunicación<br>3<br>1<br>4<br>7                  | Estudios sobre cine<br>3<br>1<br>4<br>7                      |
|           |           |           |           |           |           | Economía política de la Comunicación<br>3<br>1<br>4<br>7 |  |

SIMBOLOGÍA

|                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| Unidad de aprendizaje | HT: Horas Teóricas  |
|                       | HP: Horas Prácticas |
|                       | TH: Total de Horas  |
|                       | CR: Créditos        |

→ 11 líneas de seriación  
Créditos mínimos 22 y máximos 49 por periodo escolar.  
\* Actividad académica.  
\*\* Las horas de la actividad académica.  
<sup>1</sup> UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

|  |                                |
|--|--------------------------------|
|  | Núcleo básico obligatorio.     |
|  | Núcleo sustantivo obligatorio. |
|  | Núcleo integral obligatorio.   |
|  | Núcleo integral optativo       |

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

|   |                       |
|---|-----------------------|
| Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA | 52<br>18<br>70<br>122 |
|---|-----------------------|

Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos

|   |                       |
|---|-----------------------|
| Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA | 58<br>34<br>92<br>150 |
|---|-----------------------|

Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos

|  |                          |
|--|--------------------------|
| Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2 * | 16<br>20**<br>36**<br>90 |
|--|--------------------------|

|  |                     |
|--|---------------------|
| Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4 | 12<br>4<br>16<br>28 |
|--|---------------------|

Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2 \* para cubrir 118 créditos

| TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS |                               |
|----------------------------|-------------------------------|
| UA obligatorias            | 46 + 2 Actividades académicas |
| UA optativas               | 4                             |
| UA a acreditar             | 50 + 2 Actividades académicas |
| Créditos                   | 390                           |

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



#### IV. Objetivos de la formación profesional.

##### Objetivos del programa educativo:

Son objetivos de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación; considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y a la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y, de esta manera, contribuir al progreso social, económico y cultural del país.

##### Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

##### Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS  
PROFESIONALES



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico social y político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivo, claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, crónica y reportaje; e interpretativos como: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.

### **Objetivos del núcleo de formación:**

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



### **Objetivos del área curricular o disciplinaria:**

Diseñar proyectos de investigación empleando teorías epistemológicas, metodologías de investigación social, métodos y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, técnicas estadísticas y de razonamiento matemático, software especializado y normas jurídicas, para garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación, generar productos comunicativos, desarrollar estrategias de comunicación e impulsar el acceso y mejoramiento del uso de las telecomunicaciones.

### **V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.**

Crear estrategias de comunicación política a través del análisis de las teorías, escuelas, tipología de la comunicación política, así como de la publicidad política, tipos de campañas, estudios de casos, y estrategias empleadas en las campañas políticas, para posicionar a organizaciones..



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

### Unidad temática 1. Planeación estratégica y prospectiva

**Objetivo:** Analizar los modelos de planeación estratégica y prospectiva de la comunicación política que permitan formular estrategias comunicativas bajo un sustento teórico y metodológico.

**Temas:**

- 1.1 Modelos estratégicos
- 1.2 Planeación de las estrategias
- 1.3 Del paradigma militar a la disciplina científica
- 1.4 Teoría del conflicto como referente para la planeación
- 1.5 Las corrientes de la prospectiva.

### Unidad temática 2. Modelos estratégicos de la comunicación política.

**Objetivo:** Analizar los modelos estratégicos de la comunicación política que han regido en los estados clásicos, modernos y contemporáneos, que permitan construir estrategias y tácticas comunicativas para una institución gubernamental.

**Temas:**

- 2.1 La teoría de juegos
- 2.2 Estrategia de ataque y defensa
- 2.3 Análisis de problemas y toma de decisiones
- 2.4 Del Arte de la Guerra al Príncipe de Maquiavelo

### Unidad temática 3. La estrategia y táctica comunicativa

**Objetivo:** Analizar las diferentes estrategias y tácticas comunicativas que utilizan las instituciones de gobierno para la construcción de mensajes, ubicación de targets y diseño de imagen de las y actores políticos.

**Temas:**

- 3.1 La construcción del mensaje
- 3.2 Los targets
- 3.3 La imagen de las y los actores políticos
- 3.4 Estrategia y táctica comunicativa



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



#### Unidad temática 4. Comunicación estratégica: límites y alcances

**Objetivo:** Distinguir la importancia que tienen la utilización y creación de la retórica, propaganda, publicidad y relaciones públicas en la elaboración de estrategias de comunicación política; que los lleve a valorar el papel de la perspectiva de género y liderazgo femenino en el ámbito político.

**Temas:**

- 4.1 Género, comunicación política y liderazgo femenino
- 4.2 Propaganda, publicidad y retórica
- 4.3 Las relaciones públicas
- 4.4 El ritual político: ceremonias y conmemoraciones
- 4.5 Del paradigma de los medios tradicionales a las redes sociales
- 4.6 Estrategia de medios



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## VII. Acervo bibliográfico.

### Básico:

Bobbio, Norberto, Matteucci Incola y Pasquino Gianfranco (2002). Diccionario de Política. 13° edición en español, Siglo XXI editores, SA de CV, México, Dos tomos. ISBN 968-23-1042-3.

Canel, Maria José (1999). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid. Tecnos.

Curzio, Leonardo (1998). Toma de decisiones. México, D.F. Instituto Federal Electoral. Disponible en: <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/516-toma-de-decisiones>

Del Campo, Salustiano (1988). Diccionario UNESCO de Ciencias sociales, 4 tomos. Reimpresión Editorial Planeta- De Agostini SA, Barcelona, España. ISBN 84-395-0611-2.

García, Beaudoux Virginia (2015). Estereotipos de género, comunicación política y liderazgo femenino: ¿para qué sirve la táctica de reencuadre?. Más Podel Local. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7455150>

Godet, Michel (1983.). Método de escenarios. Steiner, George A. Planeación estratégica. México, CECSA.

González Llaca, Edmundo (1981). Teoría y práctica de la propaganda. Primera edición. Editorial Grijalbo, S.A Tratados y manuales Grijalbo. México DF. ISBN 968-419-178-2.

Herreros Arconada, M. (1989). *Teoría y técnica de la propaganda electoral*. Barcelona. Ediciones PPU.

Izurieta, Roberto (2003). Estrategias de Comunicación para gobiernos. Argentina. Ediciones la Crujía.

Lance Talent. (2014). Como hacer un plan de medios: 9 pasos. Recuperado el 1 de noviembre de 2015, de Lance Talent Blog: <http://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-plan-de-me-dios-9-pasos/>

Lara, Rosano Felipe (1990). Metodología para la planeación de escenarios. A un enfoque prospectivo, UNAM. Cuadernos de planeación mileno n° 2.

Laraña Rodríguez-Cabello, E. (1982). "Comunicación y política en la sociedad industrial avanzada. Los medios de comunicación colectiva y las campañas electorales" en *Revista de Estudios Políticos (nueva época)* No. 29, septiembre/octubre.

López Eire Antonio y Guervós Javier de Santiago (2000): Retórica y comunicación política, Cátedra, Madrid.

Moragas, M. (1986). Sociología de la Comunicación de Masas, problemas y transformación tecnológica, Ediciones Gili. Cap. Daniel Borja. "La Comunicación y el cambio social", Corriente Postindustrial.

Pérez, Rafael Alberto (2005). Estrategias de Comunicación. España. Ariel Editorial.





Sartori, Giovanni (2000). Teoría de la democracia. 1. El debate contemporáneo. Alianza Editorial, serie Alianza Universal. Segunda reimpresión. 2000. Madrid. España. ISBN: 84-206-2566-3.

Sartori, Giovanni (2004). Homo videns. La sociedad teledirigida. Sexta reimpresión actualizada, febrero de 2004. Ediciones Taurus, serie Pensamiento. Grupo Santillana Ediciones. México DF. ISBN 968- 19-0924-0.

Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T. y Xifra Jordi (2012). Relaciones públicas: estrategias y tácticas, Pearson Educación, México.

### Complementario:

Bárcena, et al (2011). Marketing político, Lerma Kirchner, Cengage Learning.

Bohmann, Karin (1994). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México. Alianza Editorial.

Bourdieu Pierre (2000): Langage et pouvoir symbolique. Préface de John P. Thompson, Seuil, Paris.

Bourdieu, Pierre (2002): ¿Qué significa hablar? Madrid, Editorial AKAL.

Centro de derechos de Desarrollo (2017) Guía de Vocería para Mujeres Líderesas de Organizaciones. Perú. Disponible en: [https://issuu.com/construyendoigualdadsjl/docs/guia\\_vocera\\_ok\\_28112018](https://issuu.com/construyendoigualdadsjl/docs/guia_vocera_ok_28112018)

Coordinadora de la Mujer. (s/f ). Manual de vocería para mujeres lideresas. La Paz, Bolivia: Coordinadora de la Mujer. Disponible en: [http://www.coordinadoradelamujer.org.bo/observatorio/archivos/galeria/adjunto/Car](http://www.coordinadoradelamujer.org.bo/observatorio/archivos/galeria/adjunto/Car%20tillaManualDeVoceriaParaCandidatas_240.pdf)

David L. Altheide (2014): Media Edge: Media Logic and Social Reality New York.

De Moragas, M. (1989). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.

González Lobo Ma. Ángeles y Enrique Carrero López (1999). Manual de Planificación de Medios. Ed. Escuela Superior de Gestión comercial y Marketing (ESIC) Madrid.

Lambin, J.J. (1991). *Márketing estratégico*. Madrid. McGraw-Hill.

Martín Armario, E. (1980). *La gestión publicitaria*. Madrid. Editorial Pirámide.

Martín Salgado, Lourdes (2002). *Márketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona. Piados.

Ortiz Cabeza, F. (1983). *Guía de márketing político. Cómo actuar para llegar a mantenerse líder*. Madrid. Esic.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno