

Materia O Unidad De Aprendizaje: (ACFP V) Publicidad Y Propaganda	Última Actualización: Agosto 2017
Licenciatura: Licenciatura en Ciencias Políticas Y Administración Pública	Plan: 401
Semestre: Séptimo	Créditos: 4

Semana	Tema	Actividades, Tareas, Exámenes	Bibliografía
1	Introducción- La Propaganda Política, evolución y desarrollo a través del tiempo	Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana.	Elisabeth Noelle-Neumann, "La espiral del silencio Opinión pública: nuestra piel social"
2	Fuentes, reglas, métodos y técnicas de la propaganda- Sus efectos- Opinión y Propaganda	CUADRO COMPARATIVO: El cuadro comparativo deberá identificar las principales variantes entre la Publicidad y la Propaganda Política así como los rasgos distintivos de cada una	Elisabeth Noelle-Neumann, "La espiral del silencio Opinión pública: nuestra piel social"
3	Principios del Marketing Político- Niveles del Marketing Político- La imagen del Candidato- El Valor de la imagen.	Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana. Requisito A en inglés: Documento "The Theory of Political Propaganda" http://colectivonovecento.files.wordpress.com/2012/09/lasswell-the-theory-of-political-propaganda.pdf	Elisabeth Noelle-Neumann, "La espiral del silencio Opinión pública: nuestra piel social"
4	Marketing: Su evolución desde los inicios hasta nuestros días	MAPA CONCEPTUAL: Incluirá el análisis del entorno, la segmentación del mercado electoral y la investigación del mercado electoral, así como la logística de la campaña	Elisabeth Noelle-Neumann, "La espiral del silencio Opinión pública: nuestra piel social" formas_ocultas_de_la_propaganda
5	El Nuevo Marketing- El Marketing y la Publicidad- El Marketing y la organización	Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana. Aplicación de Examen parcial	Formas_ocultas_de_la_propaganda Análisis crítico de la Publicidad

	de los negocios-		en México
6	Marketing de Servicios- Planificación Estratégica y los pequeños negocios- El Proceso de Marketing.	CUADRO SINÓPTICO: Deberá incluir, todas las variantes culturales en el diseño de una estrategia de campaña	Elisabeth Noelle-Neumann, “La espiral del silencio Opinión pública: nuestra piel social”
7	La Publicidad como elemento esencial del Marketing- La industria publicitaria: Evolución y desarrollo	Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana	Estrategiasdecomunicacionymark eting Elisabeth Noelle-Neumann, “La espiral del silencio Opinión pública: nuestra piel social”.
8	Publicidad como fenómeno económico social- El Consumidor- Hábitos de Consumo- Modelo de conducta del consumidor- Características que afectan la conducta del consumidor	Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana Requisito B en inglés: Documento “The Perception of Political Advertising During an Election Campaign: A Measure of Cognitive and Emotional Effects” http://snsoroka.com/files/2013Daignau ltSorokaGiasson.pdf	Estrategiasdecomunicacionymark eting . Elisabeth Noelle-Neumann, “La espiral del silencio Opinión pública: nuestra piel social”
9	Sistema de información de Mercadotecnia – Investigación de Mercados- Investigación de Clientes- La revolución de los Clientes- Marketing Mix- Marketing de Bases de Datos- El Nuevo Concepto del Marketing Integrado	Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana	Estrategias de comunicación y marketing. Pdf Campaña electoral en Costa Rica 2014:Estrategia de comunicación para la inclusión de jóvenes

10	<p>El Proceso del MKT- Segmentación de Mercados- Segmentación, Búsqueda y Posicionamiento para una Ventaja Competitiva- Orientación al Mercado- Nichos de Mercados- Marketing Relacional y Marketing de Uno a Uno.</p>	<p>Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana</p>	<p>Estrategias de comunicación y marketing. Pdf Campaña electoral en Costa Rica 2014: Estrategia de comunicación para la inclusión de jóvenes</p>
11	<p>Publicidad en internet: Orígenes, evolución- La Publicidad inteligente- Distintos tipos de publicidad- Oficina virtual: Sitios web, micrositos, blogs, comercio electrónico – Ventajas de la publicidad en internet- Costos-</p>	<p>Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana</p>	<p>Estrategias de comunicación y marketing. Pdf Campaña electoral en Costa Rica 2014: Estrategia de comunicación para la inclusión de jóvenes</p>
12	<p>Planificación de medios on line—Marketing de Redes- El MKT que viene- El Marketing a través de la Red- Problemas- Reglas actuales de la publicidad en la Red- (Facebook- Twitter- You Tube- Telefonía Celular,</p>	<p>Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana</p>	<p>Estrategias de comunicación y marketing. pdf</p>

	etc.,).		
13	La publicidad en el contexto digital- Social Media Marketing- Administración de los mensajes publicitarios en la Red- Nuevos escenarios para los consumidores	Reporte de control de lecturas acerca del tema de la semana	Estrategias de comunicación y marketing. pdf
14	Empelará los conocimientos adquiridos para realizar el producto integrador del aprendizaje	Producto integrador de la unidad de aprendizaje "Comprender las Influencia de diversas áreas culturales en el diseño de estrategias de campañas"	
15	Aplicación de Examen Final.		
16	DAR RESULTADOS Y REVISIÓN Subir Calificaciones a SIASE de primera oportunidad		
17	Asesoría para 2ª. oportunidad		
18	2ª. oportunidad		
19	2ª. oportunidad d		
20	Dar resultados de 2ª. oportunidad		

ACTIVIDADES PARA EL ALUMNO

REPORTES DE LECTURA: El Estudiante deberá efectuar lectura de la bibliografía sugerida para la temática abordada durante la semana.

CUADRO COMPARATIVO: El cuadro comparativo deberá identificar las principales variantes entre la Publicidad y la Propaganda Política así como los rasgos distintivos de cada una

MAPA CONCEPTUAL: Incluirá el análisis del entorno, la segmentación del mercado electoral y la investigación del mercado electoral, así como la logística de la campaña.

CUADRO SINÓPTICO: Deberá incluir, todas las variantes culturales en el diseño de una estrategia de campaña.

PRODUCTO INTEGRADOR DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: “Comprender las Influencia de diversas áreas culturales en el diseño de estrategias de campañas”

EVALUACIÓN

Evaluación integral de procesos y productos

- Evidencia 1 = 10%
- Evidencia 2 = 10 %
- Evidencia 3 = 10%
- Examen 1 = 15%
- Examen 2 = 15%
- Producto integrador = 30%
- Ética y valores = 10

Los requisitos son obligatorios y sin puntaje, la falta de entrega de uno de ellos no le dará el derecho a entregar el producto integrador.

Requisito A: Posterior a la lectura del documento, realizar un mapa conceptual que concentre las ideas más importantes del artículo.

Requisito B: Posterior a la lectura del documento, escribe dos oraciones por cuartilla en donde se concentren la ideas mas importantes.

Total: 100%

BIBLIOGRAFÍA TEXTO

Bibliografía básica

Elisabeth Noelle-Neumann, “La espiral del silencio Opinión pública: nuestra piel social”, Trad. Javier Ruíz Calderón, Ed. Paidós. Barcelona.1995.

http://capacitacion.iedf.org.mx/moodle/seminario/lecturas/lecturas/sesion2/La_Espiral_del_Silencio.pdf

Fuentes electrónicas:

http://stolpkin.net/IMG/pdf/formas_ocultas_de_la_propaganda.pdf

http://www.maecei.es/pdf/n12/articulos/Diferencias_conceptuales_entre_publicidad_y_propaganda.pdf

“Análisis crítico de la Publicidad en México”

<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/239/9.pdf>

“Estrategias y Organización de Campañas”

<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/2/515/6.pdf>

“Tiempos electorales; metodología para una estrategia de campaña” Mtra. Laura Esther Rico Espinosa

<http://fcsyp.mxl.uabc.mx/RevistaPlural/descargas/Edicion2/Rico.pdf>

Ponencia: Campaña electoral en Costa Rica 2014:Estrategia de comunicación para la inclusión de jóvenes

<http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/346-F5236b64d3461379317325-ponencia-1.pdf>

http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/957017_estrategiasdecomunicacionymarketing.pdf

ccp. Secretarios Académicos
ccp. Auxiliar Académico
ccp. Alumno