

**UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA**



UNIDAD ACADÉMICA:

*FACULTAD DE
CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES*

PROGRAMA DEL CURSO:

Opinión Pública y Estudio de
las Audiencias.

DES:	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Programa académico	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Tipo de Materia: <i>(Obligatoria /Optativa)</i>	Obligatoria
Clave de la Materia:	P02-611-22
Semestre:	Sexto
Área en plan de estudios. (B, P, E):	Profesional
Total de horas por semana:	10
h./semana trabajo presencial/virtual	4
h./semana/laboratorio/taller	0
h./semana/ horas prácticas	2
h. trabajo extra-clase:	4
Total, de horas semestre: <i>Total, de horas semana por 16 semanas</i>	64
Créditos Totales:	10
Fecha de actualización:	Febrero 2022
Prerrequisito (s):	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO/MATERIA:

La opinión pública, su función histórica en el mundo, así como su función en el desarrollo de la sociedad es materia obligada de estudio, aplicando los elementos teóricos en la investigación para el análisis de un suceso nacional de actualidad, de índole político, económico, social, cultural o religioso, así como sus efectos en el papel que juegan los agentes de influencia, antecedentes y condiciones de las audiencias y los medios de comunicación, en los que desarrollan los estudiosos de la comunicación su ejercicio profesional.

COMPETENCIA PRINCIPAL QUE SE DESARROLLA:

Investigación Social

OTRAS COMPETENCIAS A LAS QUE SE CONTRIBUYE CON EL

CURSO: Comunicación Y Sociedad

Sociocultural

DOMINIOS
(Desempeños)

OBJETOS DE ESTUDIO
(Contenidos, temas y subtemas)

<p>Investigación Social Reconoce y describe los fenómenos de la sociedad. Identifica, analiza, sintetiza y evalúa la información obtenida para elaborar diagnósticos. Proponer soluciones y emitir las recomendaciones pertinentes Emplea la investigación como herramienta cotidiana en la resolución de problemas sociales. Resuelve problemas aplicando las herramientas teórico-metodológicas adecuadas</p> <p>Comunicación Y Sociedad</p> <p>Expresa ideas, conceptos y teorías en una retórica profesional acorde a su preparación específica.</p> <p>Actúa de manera responsable y congruente con lo que comunica.</p> <p>Manifiesta ética profesional en sus comunicados orales o escritos</p> <p>Sociocultural Interpreta eventos históricos y sociales de carácter universal Demuestra interés por diferentes fenómenos sociales y culturales Analiza los fenómenos de globalización y desarrollo sustentable desde diferentes perspectivas.</p>	<p>OBJETO 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La opinión pública. <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Concepto. 1.2 Enfoque teórico multidisciplinario. <ol style="list-style-type: none"> 1.2.1 Filosófico. 1.2.2 Sociológico. 1.2.3 Político. 1.2.4 Económico. 1.2.5 Psicológico. 1.3 Origen y desarrollo histórico de la opinión pública. 1.4 Funciones de la opinión pública. <p>OBJETO 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Determinantes de la opinión pública <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Factores de influencia. <ol style="list-style-type: none"> 2.1.1 Psicosociales. <ol style="list-style-type: none"> 2.1.1.1 Grupos primarios y secundarios. 2.1.1.2 Creencias, valores y prejuicios. 2.1.2 Políticos. <ol style="list-style-type: none"> 2.1.2.1 Organizaciones e instituciones políticas (gobierno, partidos y asociaciones políticas, sindicatos). 2.1.2.2 Sociedad civil organizada (ong's, asociaciones civiles, fundaciones, grupos organizados, IAPS). 2.1.3 Religiosos. 2.1.4 Grupos de poder: políticos y económicos. 2.2 Instancias de formación de opinión pública en las instituciones Públicas y privadas. <p>Objeto 3</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Formación de la opinión pública <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Etapas de formación. 3.2 Líderes de opinión. <ol style="list-style-type: none"> 3.2.1 Características personales (carisma y credibilidad). 3.2.2 Tipos de líderes de opinión. 3.3 Clima de la opinión pública. <ol style="list-style-type: none"> 3.3.1 Dirección. 3.3.2 Intensidad. 3.4 Tipos de opinión. 3.5 El rumor como formador de opinión pública. <ol style="list-style-type: none"> 3.5.1 Características. 3.5.2 El rumor como elemento de desinformación.
---	---

	<p>3.6 Los mass-media y su participación en el proceso de formación de la opinión pública.</p> <p>3.6.1 Esferas: privada, pública y mediática.</p> <p>3.6.2 Agendas: política, pública y mediática.</p> <p>OBJETO 4</p> <p>4. Metodología y evaluación de la opinión pública</p> <p>4.1 Técnicas cuantitativas (encuesta, sondeo).</p> <p>4.2 Técnicas cualitativas (análisis de contenido, historia de vida, entrevista en profundidad, grupos de enfoque, grupos de discusión).</p> <p>4.3 Combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas (escalas de actitud y de opinión).</p> <p>4.4 Agencias de investigación en opinión pública.</p> <p>OBJETO 5</p> <p>5. Análisis de un suceso nacional y diseño de una estrategia de formación de opinión pública</p> <p>5.1 Seguimiento de un acontecimiento de actualidad (de índole político, social, cultural, económico o religioso).</p> <p>5.2 Diagnóstico.</p> <p>5.3 Planeación.</p> <p>5.4 Plan de acción.</p> <p>5.5 Evaluación de la efectividad de los programas y acciones emprendidas.</p> <p>5.6 Derecho de las audiencias</p> <p>5.7 revisión teórica del concepto de audiencia</p> <p>5.8 Legislación de medios en México</p> <p>5.9 los nuevos interlocutores para el ejercicio de ciudadanía</p>
--	--

<p>FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)</p>	<p>EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)</p>
---	--

OBJETO DE ESTUDIO 4								X	X	X	X						
OBJETO DE ESTUDIO 5												X	X	X	X	X	X