

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad o Escuela: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Programa de la Asignatura: Diseño de Campañas Políticas

Semestre: Octavo

CLAVE:

Eje de conocimiento: Metodológica		Área por orientación de contenido: Comunicación Política		
Carácter: Obligatoria	Horas/Semanas/Semestre		Total de Horas al Semestre	Créditos
	Teóricas 4	Prácticas 0		
Modalidad: Curso	Tipo: Teórica			

Nombre de la asignatura con seriación indicativa antecedente: Ninguna
Nombre de la asignatura con seriación indicativa subsecuente: Ninguna
Objetivo(s): Elaborar una campaña política completa que contenga los elementos necesarios para influir en la toma de decisiones del receptor.

Unidades	
Número de Horas Unidad 1 10 horas	Unidad 1 1. Clasificación y tipos de campañas publicitarias 1.1. Definiciones 1.2. Clasificación 1.3. Tipos de campañas 1.4. Campañas sociales para cambiar la conducta del público 1.5. Elementos que intervienen para elaborar un plan de campaña
Numero de horas Unidad 2 10 horas	Unidad 2 2. Análisis de la situación y diagnóstico 2.1. Situación económica, política y social 2.2. Diagnóstico 2.3. Encuesta base 2.4. Plataforma de redacción
Número de horas Unidad 3 12 horas	Unidad 3 3. Organización 3.1. Etapas 3.2. Zonificación 3.3. Temporalidad 3.4. Recursos humanos 3.5. Presupuesto
Número de horas Unidad 4 10 horas	Unidad 4 4. Estrategia creativa 4.1. Concepto de servicio, promocional 4.2. Objetivos de comunicación (sobre la campaña) 4.3. Guías de ejecución 4.4. Creación del concepto publicitario social 4.5. Consideraciones de medios
Número de horas	Unidad 5

Unidad 5 10 horas	5. Estrategia de medios 5.1. Investigación de medios 5.2. Plan de medios 5.3. Competencia 5.4. Presupuesto
Número de horas Unidad 6 12 horas	Unidad 6 6. Elaboración y ejecución de un plan de campaña 6.1. Análisis de la situación y diagnóstico 6.2. Estrategia creativa 6.3. Estrategia de medios 6.4. Presupuesto publicitario
Total de horas: 64	
Bibliografía Básica Barranco, F:J: <i>Técnicas de marketing político</i> . México, Rei, 1994. Camacho Morelos, Jesús. <i>Así se escribe una campaña de publicidad</i> . González Llaca, Edmundo. <i>Teoría y práctica de la propaganda</i> . México, Grijalbo, 1989. Joannis, Henri. <i>El proceso de creación publicitaria, planteamiento, concepción y realización de los mensajes</i> . México, Planeta, 1990. Ricci, Biti y otros. <i>La comunicación como proceso social</i> . México, Grijalbo, 1990. Young, K. <i>La comunicación pública y la propaganda</i> . México, Paidós, 1982. Bibliografía Complementaria Arteton, Christopher. <i>Las estrategias informativas de las campañas presidenciales</i> . México, Edit. Publigráficos, 1984. Muraro, Heriberto. <i>Poder y comunicación, la irrupción del marketing y de la publicidad en la política</i> . México. Departamento de Educación y Comunicación. 1991. Bulnes, Adunate, José María. <i>Determinaciones retóricas del discurso político latinoamericano</i> , en Mario Monteforte Toledo, coordinador, <i>El discurso político</i> . México. Editorial Nueva Imagen. UNAM. 1980. Carbó, Teresa. <i>El discurso político ¿un discurso del callar?</i> , en Noé Jitriik, compilador, <i>El Dominio y la Palabra</i> . México, UNAM, 1991. Córdova, Arnaldo. <i>Comentario a 'Determinaciones retóricas del discurso político seudorrevolucionario latinoamericano'</i> de José María Bulnes Adunate, en Mario Monteforte Toledo, coordinador, <i>El discurso político</i> . México, Editorial Nueva Imagen. UNAM. 1980.	
Sugerencia de Enseñanza y de Aprendizaje <ul style="list-style-type: none"> • Exposición oral. • Ejercicios dentro del aula. • Ejercicios fuera del aula. • Lecturas obligatorias. • Trabajos de investigación. 	
Sugerencia para la evaluación de la asignatura <ul style="list-style-type: none"> • Exámenes parciales. • Exámenes finales. • Trabajos y tareas fuera del aula. • Participación en clase. • Informe de investigación. 	
Perfil profesiográfico de quienes pueden impartir la asignatura Licenciados en Ciencias de la Comunicación, Ciencia Política y áreas afines.	