

PROGRAMA DE MATERIA

MATERIA:	MANEJO DE ÁREAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL				
CENTRO ACADÉMICO:	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LIC. EN COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	SÉPTIMO	CLAVE DE LA MATERIA:	
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PÚBLICA		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	AGOSTO-DICIEMBRE	
HORAS SEMANA T/P:	4		CRÉDITOS:	6	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL		NATURALEZA DE LA MATERIA:	TEORICO-PRÁCTICA	
ELABORADO POR:	MTRA. Ma. de Lourdes Chiquito Díaz de León/ MTRA. Mayra Cortez Acosta/ M.M. Juan Carlos de la Torre González				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PÚBLICA	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Agosto 2024		

DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso de naturaleza teórica – práctica que busca desarrollar habilidades en el manejo y gestión de oficinas o áreas de comunicación social. Incluye el manejo de relaciones públicas, el control y administración de la información en medios, redes sociales y TIC. El curso hace énfasis en los distintos modelos de comunicación social o institucional, la estructura básica mínima y la organización de tareas que supone la labor comunicativa hacia públicos internos y externos según la naturaleza de cada organización. Se relaciona con las materias precedentes de Teorías de la Comunicación, Genealogías, Democracia y Cultura Política, simultáneamente con la de Comunicación Política, así como con la materia consecuente de Seminario de Integración.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, el estudiante valorará el impacto que un área de comunicación social tiene en las diversas organizaciones, sobre los procesos internos y externos ante un entorno cada vez más demandante de acciones de intervención ante conflictos o requerimientos de comunicación por consumo o uso de bienes, productos o servicios, con proactividad y responsabilidad social.

PROGRAMA DE MATERIA

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: TIPOS DE ÁREAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL/GABINETES DE PRENSA (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el alumno será capaz de identificar los diferentes tipos y procesos de comunicación que existen en las oficinas de comunicación social	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qué es una oficina de Comunicación Social <ol style="list-style-type: none"> 1. Alcances 2. Perfil de puestos 3. Objetivos 2. Tipos de Comunicación en las OC 3. Estilos de Comunicación 4. Procesos de Comunicación en la OC 5. Manejo de áreas de comunicación social 6. Estructura de un área de comunicación social 7. Dircom 	Bibliografía Básica

UNIDAD TEMÁTICA II: MEDIA TRAINING Y RELACIÓN CON LOS MEDIOS (10 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el alumno conocerá el papel y perfil del vocero de comunicación social así como lo relacionado con el objetivo del entrenamiento de medios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media Training <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Definición y concepto de media training <input type="checkbox"/> Objetivos del media training <input type="checkbox"/> Riesgos y trampas de la comunicación social 2. Voceros y portavoces <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Funciones <input type="checkbox"/> Perfil y requisitos <input type="checkbox"/> Tipología de los portavoces <input type="checkbox"/> Formación de portavoces <input type="checkbox"/> Inteligencia emocional y formación de portavoces 	Bibliografía Básica

UNIDAD TEMÁTICA III: HABILIDADES DIRECTIVAS (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA

PROGRAMA DE MATERIA

<p>Al finalizar esta unidad, el alumno conocerá modelos y protocolos de actuación para poner en práctica las diversas habilidades directivas</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manejo de áreas de comunicación social 2. Protocolo y Logística 3. Diplomacia y presencia mediática 4. La comunicación en las organizaciones Giro de las organizaciones Identificación de valores institucionales Manual de Procesos Establecimiento de controles e indicadores Manejo de medios e información institucional La construcción de la entrevista 5. Estrategias de negociación, mediación y solución de conflictos 6. La importancia del comunicado de prensa 7. Organización de ruedas de prensa y eventos corporativos 8. El manual de comunicación social 	<p>Bibliografía Básica</p>
--	---	----------------------------

UNIDAD TEMÁTICA IV: GESTIÓN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS (15 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Al finalizar esta unidad el alumno será capaz de gestionar una crisis de comunicación en la oficina de comunicación social</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El rumor 2. Definición de crisis 3. Tipos de crisis 4. Manual de comunicación de crisis 5. Papel del vocero 6. Resolución de la crisis 	<p>Bibliografía Básica</p>

UNIDAD TEMÁTICA V: ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL (15 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Al finalizar esta unidad, el alumno será capaz de elaborar un plan de comunicación social para cumplir los objetivos de la organización mediante el ejercicio presupuestal autorizado</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El plan de Comunicación Social <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Identificación de públicos internos y externos <input type="checkbox"/> Objetivos de comunicación social <input type="checkbox"/> Plan de relaciones públicas <input type="checkbox"/> Construcción de agenda y relación con los medios 2. Elaboración de presupuestos de comunicación social <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Presupuesto y mano de obra <input type="checkbox"/> Inventario y presupuesto de medios internos <input type="checkbox"/> Plan y presupuesto de publicidad <input type="checkbox"/> Medición de objetivos / estudio de satisfacción 	<p>Bibliografía Básica</p>

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

A través de reportes de lecturas, presentaciones frente al grupo por parte del docente y exposiciones de los estudiantes,

PROGRAMA DE MATERIA

se desarrollarán los aspectos teóricos correspondientes a las unidades.

Se analizarán algunas visitas a áreas de Comunicación Social y se contará con invitados especiales para visualizar la práctica diaria de una oficina de Comunicación, lo que motivará la comprensión de sus partes y su posterior aplicación en un plan de trabajo.

Se realizarán prácticas para reforzar los temas que se tratan en clase.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán para el mejor desarrollo de las clases las pantallas inteligentes, pintarrón, biblioteca virtual, presentaciones multimedia, etc.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

El curso se evaluará de acuerdo con los siguientes rubros:

Criterios de evaluación	Porcentaje
Reportes de lectura (5)	10%
Participación en clase	10%
Primer parcial:	30%
☐ Elaboración de comunicados de prensa	
☐ Organización de rueda de prensa	
Segundo parcial:	
☐ Elaboración del manual de Comunicación Social	15%
☐ Elaboración del Plan de Comunicación Social (Objetivos, presupuesto, etc.)	15%
Presentaciones finales	20%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS: (Biblioteca UAA)

1. Inicios de la Comunicación Social: de la razón crítica al auge de la razón instrumental.
[ENTEL, Alicia](mailto:aliciaentel@gmail.com) aliciaentel@gmail.com
Fuente: [Chasqui \(13901079\)](https://doi.org/10.13901/079). abr-ago2022, Issue 149, p55-67. 13p.
2. Comunicación en la Gestión de Crisis. Lozada Díaz José Carlos. Editorial UOC 2010.
3. Comunicación institucional para periodistas manual práctico de comunicación y relaciones públicas. Burgueño José Manuel. Editorial UOC 2014

PROGRAMA DE MATERIA

4. Metodologías de entrenamiento desarrolladas por asesorías de comunicación. Pessoni Arquimedes
Comunicación y Sociedad 2014
5. Conseguir presencia en los medios sin gabinetes de prensa. Estévez Laura. Editorial UOC 2014
6. Gobierno y comunicación social. Molina Martínez Rubén. Editorial Instituto Politécnico Nacional 2002
7. El framing de la prensa. Aquiles Chihu Amparán. Editorial Miguel Ángel Porrúa.
8. Manual de comunicación de crisis. Estrategia y Comunicación, México, 2003