



Universidad Autónoma del Estado de México
 Secretaría de Docencia
 Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Programa de Estudio por Competencias

1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

ESPACIO ACADÉMICO : Facultad de Ciencias Políticas y Sociales								
PROGRAMA EDUCATIVO: Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública Licenciatura en Comunicación					Área de docencia: Área de acentuación Comunicación Política			
Aprobación por los H.H. Consejos Académico 411 y de Gobierno 458		Fecha elaboración: 9 de noviembre de 2005		Programa elaborado por: Lic. Guillermo Legorreta Martínez				
Revisión aprobada por los H.H. Consejos Académico 500 y de Gobierno 552		Fecha actualización: 30 septiembre 2009		Programa actualizado por: Mtro. José Antonio Licea Cadena Mtro. Alejandro Macedo García				
Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Liderazgo Político e Imagen Pública						Fecha de elaboración: 28 octubre 2005 Fecha de actualización: 30 septiembre 2009		
Clave	Horas de teoría	Horas de práctica	Total de horas	Créditos	Tipo de Unidad de Aprendizaje	Carácter de la Unidad de Aprendizaje	Núcleo de formación	Modalidad
L42858	4	0	4	8	Curso	Optativa	Integral	Presencial
Prerrequisitos: Conocimientos básicos psicología de la comunicación, análisis político, semiótica, expresión verbal y no verbal.		Unidad de Aprendizaje Antecedente Comunicación Política Marketing Político			Unidad de Aprendizaje Consecuente: Ninguna			
Programas académicos en los que se imparte: Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, Licenciatura en Comunicación								



III. NORMAS DEL UNIDAD DE APRENDIZAJE

DEL PROFESOR	DEL ALUMNO
<ul style="list-style-type: none">• Cubrir el programa en su totalidad.• Asistencia al 100% de las sesiones.• Enunciar las políticas generales del curso y el procedimiento de evaluación desde la primera sesión del curso.• Promover el aprendizaje colaborativo y organizar el trabajo en equipo.• Promover el respeto y la tolerancia en el grupo	<ul style="list-style-type: none">• Asistir al menos al 80% de las sesiones del curso.• Puntualidad. Tolerancia máxima para asistencia de 010 minutos después de la hora de inicio de la sesión.• Entregar en las fechas programadas las tareas y producciones indicadas en el programa.• Corrección gramatical en los trabajos escritos.• Leer con anticipación la documentación indicada en el programa.• Disposición para el trabajo en equipo.• Participar con respeto y tolerancia en todas las actividades del curso.

IV. PROPÓSITO GENERAL

Diseñar, analizar y evaluar los elementos que construyen el liderazgo político y la imagen pública, y de manera particular el papel que desempeñan los medios de comunicación en ese proceso.

Conocer los diferentes enfoques, métodos y técnicas que contribuyen al diseño estratégico de la imagen política de un candidato, institución o actor político, con la finalidad de proyectar una percepción positiva en influir favorablemente en la sociedad.



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



V. COMPETENCIAS GENÉRICAS

- Capacidad para entender y diferenciar el ámbito disciplinario profesional de las Ciencias Sociales y la Administración Pública.
- Capacidad para conocer, entender, analizar y aplicar los fundamentos de la filosofía y de la teoría políticas, y así tener una visión totalizadora de la realidad que posibilite comprender la dinámica del ejercicio del poder político; así como contar con la capacidad de examinar los fenómenos políticos en México y en el mundo.
- Capacidad para comprender y distinguir el ámbito disciplinario profesional de las Ciencias de la Comunicación vinculadas a los procesos de comunicación social, audiovisual y político.
- Capacidad para generar, fomentar y estimular la creatividad.
- Capacidad y aptitud para la toma de decisiones.
- Capacidad para desarrollar trabajo en equipos y grupos colaborativos.
- Capacidad para la integración y desarrollo de cualidades personales y de la comunicación.
- Capacidad y habilidades de liderazgo.

VI. ÁMBITOS DE DESEMPEÑO

El egresado de la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma del Estado de México podrá desempeñarse laboralmente en instituciones del gobierno federal, estatal o municipal, en partidos políticos, en organizaciones no gubernamentales, organizaciones civiles, organizaciones internacionales, en instituciones de educación superior como analista, consultor, catedrático, investigador entre otras, así como en el campo práctico de la política y la administración pública en los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal.

El egresado de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México podrá desempeñarse laboralmente en su ámbito científico-social, relacionada concretamente con la antropología y la sociología de la comunicación y los procesos de cambios sociales. En lo político, podrá desempeñarse en áreas de comunicación social, gestión, prospectiva, análisis de discurso, etc. Y en su acción original, podrá laborar en los medios con todos los cambios e innovaciones propuestos en término de lenguaje, de nuevas tecnologías, de receptores cambiantes y cada vez más diversificados. Podrás encontrar otras perspectivas laborales, además de las ya tradicionales, más relacionadas con la creatividad, la visión de empresa, de consultor de especialista.



VIII. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

SECUENCIA DIDÁCTICA

Comprender los instrumentos de formación de un liderazgo político efectivo, con el fin de aplicarlos en sistemas democráticos contemporáneos.	<pre>graph TD; A([Liderazgo político e imagen pública]) --- B([Concepto y formación de la imagen pública como instrumento del liderazgo]); B --- C([Diseño de imagen política]);</pre>
Entender las técnicas de producción y desarrollo de la imagen pública, con el fin de sustentar un liderazgo político efectivo.	
Identificar la estrategia y etapas utilizadas en la conceptualización y diseño de la imagen política, con el fin de sustentar un liderazgo efectivo	
.	

ESCENARIO DE APRENDIZAJE

PARTE DEL SE REALIZARÁ EN EL SALON DE CLASE Y EN EL AUDITORIO DE LA FACULRTAD DONDE PRESENTARAN UN DEBATE Y DISCURSO.



Universidad Autónoma del Estado de México
 Secretaría de Docencia
 Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA I	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
Comprender los instrumentos de formación de un liderazgo político efectivo, con el fin de aplicarlos en sistemas democráticos contemporáneos.	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto y naturaleza de liderazgo • Liderazgo público efectivo <ul style="list-style-type: none"> ○ Conducta de liderazgo ○ Relación líder-seguidor ○ Liderazgo e imagen ○ Gestión del Talento 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajo en equipo • Capacidad de análisis • Liderazgo • Sentido de logro • Toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Participación • Respeto • Autoconfianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Justicia • Responsabilidad • Honestidad
Estrategias Didácticas Lecturas, pláticas, clases teóricas, autoestudio, estudio de casos, etc.		RECURSOS REQUERIDOS Pc, cañón	TIEMPO DESTINADO 15 horas clase 7 horas extraclase	

EVIDENCIAS		
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	PONDERACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE
Elaboración de un ensayo crítico sobre el tema	Informe escrito de 10 cuartillas en formato PIIDPCB	100% de la unidad



Universidad Autónoma del Estado de México
 Secretaría de Docencia
 Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA II	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
Entender las técnicas de producción y desarrollo de la imagen pública, con el fin de sustentar un liderazgo político efectivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Generalidades • Percepción y estímulos • Sustento de la imagen y el liderazgo público • Imagen política • Casos 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajo en equipo • Capacidad de análisis • Liderazgo • Sentido de logro • Toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Participación • Respeto • Autoconfianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Justicia • Responsabilidad • Honestidad
Estrategias Didácticas Lecturas, pláticas, clases teóricas, autoestudio, estudio de casos, etc.		RECURSOS REQUERIDOS Pc, cañón	TIEMPO DESTINADO 17 horas clase 8 horas extraclase	

EVIDENCIAS		
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	PONDERACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE
Debate	Habilidad para la presentación y defensa temática	100% de la unidad



Universidad Autónoma del Estado de México
 Secretaría de Docencia
 Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA III	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
Identificar la estrategia y etapas utilizadas en la conceptualización y diseño de la imagen política, con el fin de sustentar un liderazgo efectivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación estratégica de la imagen política <ul style="list-style-type: none"> ○ Identificación de la imagen institucional ○ Imagen personal ○ Mercadotecnia de la imagen pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajo en equipo • Capacidad de análisis • Liderazgo • Sentido de logro • Toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Participación • Respeto • Autoconfianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Justicia • Responsabilidad • Honestidad
Estrategias Didácticas Lecturas, pláticas, clases teóricas, autoestudio, estudio de casos, etc.		RECURSOS REQUERIDOS Pc, cañón	TIEMPO DESTINADO 10 horas clase 5 horas extraclase	

EVIDENCIAS		
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	PONDERACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE
Debate	Habilidad para la presentación y defensa temática	100% de la unidad



IX. EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

CADA UNIDAD DE COMPETENCIA TIENE UN VALOR DE 25 PUNTOS PORCENTUALES, QUE SERÁN EVALUADOS COMO SIGUE:			
UNIDAD DE COMPETENCIA	PRODUCTO	PORCENTAJE	TOTAL
I	Elaboración de un ensayo crítico sobre el tema	100%	30%
II	Debate	100%	30%
III	Estrategia de Imagen Producción creativa Debate	100%	40%
			100%

LA ACREDITACIÓN SE HARÁ SUMANDO LOS PORCENTAJES OBTENIDOS EN CADA UNIDAD DE COMPETENCIA. EL PORCENTAJE MÍNIMO PARA ACREDITAR EL CURSO ES DE 60%.



X. BIBLIOGRAFÍA BASICA

TÍTULO	CLASIFICACIÓN
Stanton, William J. Fundamentos de Mercadotecnia. Mc. Graw Hill México, 1986.	HF5414 S82 1989
Antaki, Ikram. El manual del ciudadano contemporáneo. Ariel, México 2000.	JC271 .A5 2004
Sun, Tzu. El arte de la guerra. Colofón S.A. México 6ª edición 1995	U101 .S86
Knapp Mark L. La comunicación no verbal. Ed. Piados Ibérica, S.A. México, D.F. 1995.	F637.C6 K57 1991
Gordoa, Víctor. El poder de la imagen pública. México, ed. Edamex 7ª edición junio del 2002.	<u>HM263 G67 1999</u>
Izurieta, Roberto; M. Perina, Rubén; Arterton, Christopher. Estrategias de Comunicación para Gobiernos. Washington, DC; The George Washington University junio del 2001	<u>JA85 .E77 2002</u>
Lurie, Alison. El lenguaje de la moda. Ed. Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, 1ª edición, España 1994.	<u>GT525 .L87</u>
HALLIDAY, MICHAEL ALEXANDER KIRKWOOD, El Lenguaje como Semiótica Social : La Interpretación Social del Lenguaje2, Santa Fe de Bogota, Colombia : Fondo de Cultura Económica, 1994	P40 H34
Perez González, Rafael Alberto, Estrategias de Comunicación, Barcelona, Ariel 2001	<u>P91 P47 2001</u>
Autores varios. El arte de ganar Elecciones. Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos	<u>JF2112.C3 V348</u> <u>2006</u>
Tzun Zu, El Arte de la Guerra, México , Colofón 2007	U101 .S86



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA ADQUIRIR

De Pree, Max. El liderazgo es un arte. Editorial Lasser Press de México, México 1990.	
Bonache, Jaime. Dirección Estratégica de Personas. Ed. Prentice Hall, España 2004.	
Adair, J. El Liderazgo basado en la acción. Ed. Mc. Graw Hill, México 1978.	
Bensa Max y Walter, Elisabeth. La semiótica (Guía alfabética). Ed. Anagrama, Barcelona España 1975.	
Aumont, Jacques. La imagen. Pag 81-131	
Smith, Oscar. Marketing de la imagen. Ed. Anónima, México 2001.	
Costa, Joan. Imagen global. Grupo editorial Ceac, S.A. 3ª edición España febrero 1994.	
Bruce-Mitford, Miranda. El libro ilustrado de signos y símbolos. Ed. DianaMéxico, 1ª edición, México D.F. junio 1997.	
Maza, Javier. Taller de Media Training. Ceñito Interamericano deGerencia Política, Miami 2002.	
“Las campañas en las noticias”. Artenton, F. Christopher, ed. Publigráficos, S.A. México 1987.	
“La comunicación política en la era del entretenimiento”. Izurieta Cánova, Roberto. Seminario Internacional sobre Estrategias de Campañas Políticas, Centro Interamericano de Gerencia Política, Washington, DC junio 2002.	

REVISOR: MTRO JOSE ANTONIO LICEA CADENA