



**PROGRAMA DE ESTUDIO POR COMPETENCIAS**

**I. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

<b>ESPACIO ACADÉMICO:</b> FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES							
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b> Licenciatura en Ciencia Política y Administración Pública Licenciatura en Sociología Licenciatura en Comunicación					<b>ÁREA DE DOCENCIA:</b> Compartible		
<b>APROBACIÓN POR LOS CONSEJOS ACADÉMICOS (411) Y DE GOBIERNO (458)</b>		<b>Fecha de elaboración:</b> 24 de agosto de 2005		<b>Programa Elaborado por:</b> Lic. Araceli Colín García Lic. Francisco Ramón Hernández Mtro. Orlando Espinoza Santiago			
<b>APROBACIÓN ACTUALIZACIÓN POR LOS HH. CONSEJOS ACADÉMICO (665) Y DE GOBIERNO (741)</b>		<b>Fecha de actualización:</b> 28 de Agosto de 2017		<b>Actualizado por:</b> Dr. Alejandro Macedo García Dr. Eduardo Aguado López Dra. Arianna Becerril García			
<b>NOMBRE DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:</b> Opinión pública							
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
L42744	4	0	64	8	Curso	Optativa	Sustantivo Presencial
<b>PRERREQUISITOS:</b> Estadística y Probabilidad Computación Estadística por computadora			<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE ANTECEDENTE:</b> Ninguna		<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE CONSECUENTE:</b> Ninguna		
<b>PROGRAMAS ACADÉMICOS EN LOS QUE SE IMPARTE:</b> Licenciatura en Comunicación Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública Licenciatura en Sociología							



## II. PRESENTACIÓN

La unidad de aprendizaje de Opinión Pública que se encuentra en el apartado de sustantivo – compartible, permitirá al alumno el manejo teórico, metodológico y técnico para la construcción, estructuración, implementación, análisis, síntesis y presentación de estudios de opinión a partir de técnicas estadísticas científicas, asistido por computadora a través del programa SPSS.

Los estudios de opinión son la base de investigaciones en diversas áreas de la ciencia social como: sociología, política, antropología, psicología y comunicación; sin olvidar, que son la materia prima de los más diversos estudios de mercadotecnia y publicidad.

Las principales teorías que el alumno aprender serán: Agenda setting, espiral del silencio, teoría del framing, entre otras, lo que permitirá una mejor comprensión de los estudios de opinión, así como su aplicación en diversos escenarios y áreas.

El curso comprenderá cuatro unidades de competencia:

- Introducción a la opinión pública; definición, evolución y sus elementos. Estudios actuales de la opinión pública: Los medios de comunicación y la OP. Agenda setting, espiral del silencio, framing.
- Medios masivos de comunicación tradicionales y digitales. Agenda mediática
- Metodología y técnicas para estudios de opinión. Elaboración de cuestionario, diseño de la muestra, planeación, aplicación, análisis estadístico, interpretación de resultados y presentación de informes. Agenda Pública.
- Opinión pública vs opinión publicada. *Agenda política, mediática y pública = Opinión Pública*

Para la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos en el salón de clase, se levantará una encuesta de forma grupal con todas y cada una de las fases. Asimismo se realizará un análisis de contenido de los medios de comunicación, lo que permitirá conocer, comparar y analizar la agenda pública y la agenda mediática, de forma específica en el internet y las redes sociales.

## III. LINEAMIENTOS DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

<b>DEL PROFESOR</b>	<b>DEL ALUMNO</b>
Cubrir el programa al 100% Asistencia al 100% de las sesiones. Establecer el sistema de evaluación en la primera sesión del curso Otorgar una calificación al alumno Retroalimentar y evaluar oportunamente en el desarrollo de las unidades del curso. Promover el trabajo en equipo	Puntualidad Presentarse a las evaluaciones programadas puntualmente Leer la bibliografía marcada Atención a la redacción de trabajos Disposición para trabajo en equipo Entrega de los trabajos en tiempo y forma



#### IV. PROPÓSITO GENERAL

Manejar metodológica y técnicamente la realización de sondeos o estudios de opinión pública, utilizando las técnicas estadísticas adecuadamente, de tal forma que los resultados obtenidos tengan el grado de confiabilidad y de margen de error aceptables.

#### V. COMPETENCIAS GENÉRICAS

Conocer, conceptualizar y aplicar principios, postulados, leyes, métodos y técnicas fundamentales del quehacer científico.  
Analizar los principales fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden en el entorno regional, local, nacional e internacional desde una perspectiva que los comprenda como procesos comunicativos tanto mediáticos como no mediáticos.  
Aptitud para la toma de decisiones.  
Conciencia clara y comprometida con las necesidades y problemas regionales, nacionales y mundiales.  
Adquisición un conocimiento crítico del entorno internacional con un enfoque pluralista, integrador y democrático.  
Identificar las cuestiones esenciales y determinantes de un fenómeno social.  
Diseñar, aplicar e interpretar las principales estrategias y técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación en las Ciencias Sociales, así como identificar los principios de validez científicas de las mismas.  
Búsqueda, organización, aprovechamiento, procesamiento, análisis, interpretación de datos e información relevante respecto a casos, proyectos y problemas dados.

#### VI. ÁMBITOS DE DESEMPEÑO

Asesoría en construcción de encuestas.  
Desarrollo de análisis cuantitativos y cualitativos.  
Elaboración en todas sus fases de estudios de opinión.  
Manejo y desarrollo de bases de datos.  
Manejo de redes sociales



## VII. ESCENARIOS DE APRENDIZAJE

Aula.  
Sala de cómputo.  
Bibliotecas y hemerotecas.  
Trabajo de campo en zonas rurales, urbanas y mixtas con levantamiento de encuestas.  
Visitas a consultorías de estudios de opinión.

## VIII. NATURALEZA DE LA COMPETENCIA

(Inicial, entrenamiento, complejidad creciente, ámbito diferenciado)

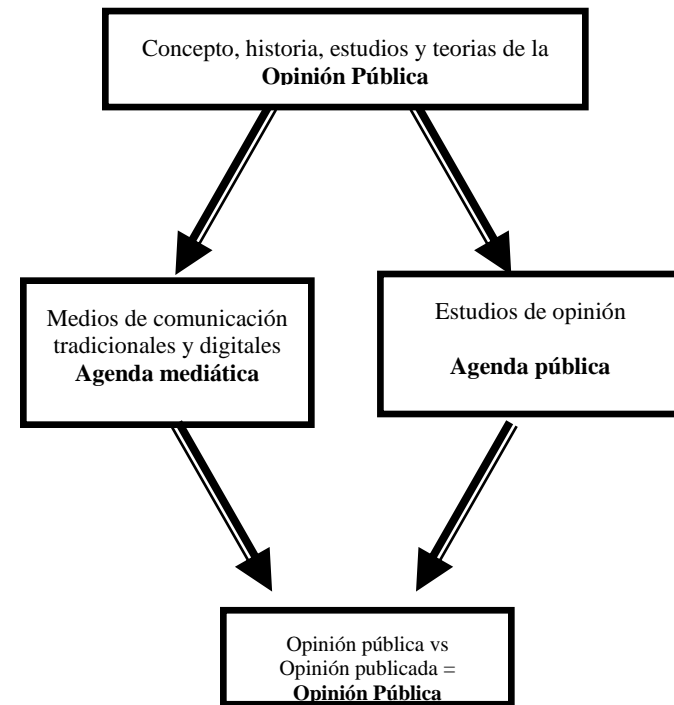
Complejidad creciente y ámbito diferenciado al ser una unidad de aprendizaje de carácter sustantivo. Debido a ser multidisciplinaria con diversas unidades de aprendizaje como: computación y estadística principalmente; además de conocimiento de sociología, ciencia política y medios de comunicación. La Unidad de Opinión Pública permitirá su aplicación en el ejercicio profesional y/o investigativo otras áreas de la ciencia social como se apuntó en el punto II “Presentación”.



### IX. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

### X. SECUENCIA DIDÁCTICA

1. Los conceptos e historia de la opinión pública; así como los estudios y teorías actuales en la materia, permitirá contar con las bases para la realización de estudios cuantitativos y cualitativos.
2. A partir del conocimiento de la opinión pública como de sus teorías y estudios actuales, se buscará construir análisis de contenido de los medios masivos de comunicación tradicionales como digitales para determinar la agenda mediática, con especial atención en internet y las redes sociales.
3. Con base en el conocimiento de los conceptos, historia, estudios y teorías de la OP, se podrá generar la metodología y técnicas para la elaboración de encuestas en todas sus fases, lo que permitirá determinar la agenda pública.
4. Con base en análisis de contenido –agenda mediática- y las encuestas –agenda pública- y la agenda política-gubernamental –a través del análisis de contenido-, permitirá la comparación de ambas agendas así como de la opinión pública vs opinión publicada y determinar de esta forma la Opinión Pública.





## XI. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA

UNIDAD DE COMPETENCIA I	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Introducción a la opinión pública	Formación de la opinión pública y comunicación de masas Conceptos de opinión pública Teoría de la agenda setting Teoría de la espiral del silencio Teoría del framing	Análisis y síntesis Capacidad de crítica Habilidad para el diálogo Búsqueda de información	Participación en las discusiones de grupo Investigación por propia cuenta Postura crítica	Equidad Honestidad Responsabilidad
<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>		<b>RECURSOS REQUERIDOS</b>		<b>TIEMPO DESTINADO</b>
Exposición del docente Participación motivada Autoestudio por el estudiante		Laptop Cañón de proyección Lecturas		14 horas, de las cuales la totalidad serán teóricas
<b>EVIDENCIA</b>				<b>PONDERACIÓN</b>
<b>PRODUCTOS</b>	<b>CRITERIOS DE DESEMPEÑO</b>			
Ensayo	Dominio de la historia, conceptos y elementos de la opinión pública; así como el manejo de las teorías de agenda setting, espiral del silencio y framing en un ensayo de tres cuartillas.			
Participación en clase	Participación y presentación clara y concisa sobre las lecturas extra clase			5 %



**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
Medios masivos de comunicación tradicionales y digitales.	Metodología de análisis de contenido Análisis cuantitativo Análisis cualitativo Medios masivos de comunicación tradicionales: Prensa, radio y televisión Medios masivos de comunicación digitales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google, blogs, etc.	Análisis y síntesis Capacidad de crítica	Participación en las discusiones de grupo Análisis y manejo de la información	Honestidad Responsabilidad Trabajo en equipo
<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>		<b>RECURSOS REQUERIDOS</b>		<b>TIEMPO DESTINADO</b>
Exposición del docente Participación motivada Autoestudio por el estudiante		Laptop Cañón de proyección Periódicos Lecturas		16 horas, de las cuales la totalidad serán teóricas
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Análisis de contenido	Dominio de las técnicas de análisis y de los géneros periodísticos para la construcción de un análisis de contenido en los medios masivos de comunicación tradicionales y digitales que permita determinar la agenda mediática.			20 %
Participación en clases	Participación y presentación clara y concisa sobre las lecturas extra clase			5 %



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



<b>UNIDAD DE COMPETENCIA III</b>	<b>ELEMENTOS DE COMPETENCIA</b>			
	<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>HABILIDADES</b>	<b>ACTITUDES</b>	<b>VALORES</b>
Metodología y técnicas para estudios de opinión	Unidades de análisis Tamaño de la muestra Construcción de cuestionario Aplicación Codificación Elaboración de informe	Análisis y síntesis Capacidad de crítica	Participación en las discusiones de grupo Análisis propositivo de la información	Honestidad Responsabilidad Trabajo en equipo
<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>		<b>RECURSOS REQUERIDOS</b>		<b>TIEMPO DESTINADO</b>
Exposición del docente Trabajo de campo Autoestudio por el estudiante		Laptop Cañón de proyección Encuestas Lecturas		16 horas, de las cuales la totalidad serán teóricas
<b>EVIDENCIA</b>				<b>PONDERACIÓN</b>
<b>PRODUCTOS</b>	<b>CRITERIOS DE DESEMPEÑO</b>			
Encuesta	Capacidad de elaborar, aplicar y codificar cuestionarios; creación de base de datos, manejo y sistematización de información para la construcción de la agenda pública.			40 %
Participación en clase	Participación y presentación clara y concisa sobre las lecturas extra clase			5 %





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



UNIDAD DE COMPETENCIA IV	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Opinión pública vs opinión publicada. Opinión Pública	Agenda pública Agenda mediática Agenda política	Análisis y síntesis Capacidad de crítica	Participación en las discusiones de grupo Análisis propositivo de la información	Honestidad Responsabilidad
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Exposición del docente Exposición del alumno Autoestudio por el estudiante		Laptop Cañón de proyección Análisis de contenido Encuestas Lecturas		18 horas, de las cuales la totalidad serán teóricas
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Ensayo	Determinación y manejo de la agenda mediática –análisis de contenido- y de la agenda pública –encuestas- que permita su aplicación en un caso real de opinión pública a través de un ensayo.			10 %
Participación en clase	Participación y presentación clara y concisa sobre las lecturas extra clase			5 %



## XII. EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

CADA UNIDAD DE COMPETENCIA TENDRÁ EL VALOR SIGUIENTE			
UNIDAD DE COMPETENCIA	PRODUCTO	PORCENTAJE	TOTAL
I	Ensayo de tres cuartillas	10 %	15 %
	Participación en clase	5%	
II	Análisis de contenido	20 %	25 %
	Participación en clase	5%	
III	Encuesta	40 %	45 %
	Participación en clase	5%	
IV	Ensayo de tres cuartillas	10 %	15 %
	Participación en clase	5 %	
			<b>100%</b>

## XIII. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

No.	DATOS BIBLIOHEMEROGRÁFICOS	UNIDADES	CLASIFICACIÓN/ LOCALIZACIÓN
1.	Ander Eqq, Esequiel. (1987) <i>Técnicas de investigación social</i> . México. El Ateneo.	II	No disponible
2.	Castells Manuel. (2009) <i>Comunicación y Poder</i> . Madrid. Alianza Editorial.	IV	No disponible
3.	D'Adamo, Orlando. García Beaudoux, V., y Freidenberg, F. (2007). <i>Medios de comunicación y opinión pública</i> . Madrid, España. McGraw Hill.	I y II	<u>HM258 .D36</u> <u>2007</u>
4.	Cotarelo Ramón. (2010) <i>La política en la era del internet</i> . Madrid. Tirant lo Blanch.	IV	No disponible



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



5.	Goffman, E. (2006). <i>Frame analysis. Los marcos de la experiencia</i> . Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.	I	No disponible
6.	Habermas J. (1981) <i>Historia y crítica de la opinión pública</i> . Barcelona, España. Gustavo Gilli.	I	HM101 H312 1994
7.	Himan, Hebert. (1984) <i>Diseño y análisis de las encuestas sociales</i> . Argentina. Amonortu.	III	H62 H924
8.	Krippendorff, Klaus. (1990) <i>Metodología del análisis de contenido</i> . España. Paidós.	II	P93 K75
9.	Lippman, Walter.(2003) <i>La opinion pública</i> . Madrid. Langre.	I y II	No disponible
10.	McCombs, Maxwell E. (2006) <i>Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento</i> . Barcelona, España. Paidós.	I, II y III	<u>P96 .P83 M33</u>
11.	Monzón Arribas, Cándido. (2004) <i>Opinión pública</i> . Madrid. Tecnos	I y II	No disponible
12.	Ortega Félix. (2011) <i>La política mediatizada</i> . Madrid. Alianza Editorial.	IV	No disponible
13.	Rivadeneira Prada, Raúl. (1990) <i>La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio</i> . México. Trillas.	I	No disponible
14.	Rey Lennon, Federido. (2004) <i>Pequeño manual de encuestas de opinion pública</i> . Argentina. La Crujía.	III	No disponible
15.	Sartori, Giovanni. (1988) <i>Homovidens: La sociedad teledirigida</i> . Madrid, España. Taurus.	I	QA76.9.C57 S27 2006
16.	Thurber James A. and Nelson Candice J. (2010) <i>Campaigns and Elections Amerian Style</i> . EEUU. Westview Press.	IV	No disponible
17.	Iyengar, S., y Kinder, D. (1993). <i>Televisión y Opinión Pública</i> . México, México: Gernika.	III, IV	<u>PN4888 T4 I94</u>