



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
MAESTRIA EN COMUNICACION CORPORATIVA

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

Nombre de la asignatura:				Código	Trimestre	U.C.	Pre - Requisito
POLÍTICAS COMUNICACIONALES				PLC-284		3	
Tipo de Asignatura:	Nivelatoria	Obligatoria	Electiva	DENSIDAD HORARIA			
				H.T	H.P/H.L	H.A	THS/Trim
							8/48
Profesores especialistas:				Elaborado por:			
MSC.RODOLFO CESTA				MSC.RODOLFO CESTA			
Fecha de última revisión	Revisado por			AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO			
	UNIDAD CURRICULAR	DECANATO		(FIRMA Y SELLO)			
13/05/2004							

FUNDAMENTACION

Esta asignatura permitirá abordar el estudio de las Políticas Comunicacionales con el fin de contribuir a la orientación de los estudiantes, en el manejo de técnicas y uso de herramientas que les permita aplicar los conocimientos adquiridos. Este programa comprende de tres unidades temáticas a saber:

Unidad I: Relectura Del Sentido De “Las Políticas”

Unidad II: Políticas Comunicacionales: Fundamentos E Importancia

Unidad III: Análisis Del Entorno Como Herramienta De Políticas Comunicacionales En El Contexto Cultural Venezolano Y Mundial Contemporáneo.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Desarrollar habilidades cognoscitivas y actitudinales en los participantes, acerca del rol central de las políticas comunicacionales para el desempeño gerencial de los actores públicos y privados en la sociedad contemporánea y la importancia que para la planificación y ejecución de tales políticas ven particular y de las políticas públicas en general, tiene la evaluación del entorno mediato e inmediato, como herramienta teórico – practica, especialmente para el caso venezolano.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
RELECTURA DEL SENTIDO DE “LAS POLÍTICAS”		VALORAR LA CONCEPCIÓN SOBRE LA POLITICA COMO EJERCICIO DE ACCIONES ORIENTADAS AL BIEN COMUN, QUE IMPLICA CONSIDERAR CONTEMPORANEAMENTE AL DESARROLLO HUMANO COMO CONCEPTO CLAVE PARA GUIAR LA FORMULACION DE POLITICAS PÚBLICAS DE ACTORES ESTATALES Y PRIVADOS	
DURACION			
08 HORAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Identificar la concepción filosófica sobre el ser humano desde la perspectiva política. 2. Definir la concepción de desarrollo Humano como concepto clave para guiar las políticas en el mundo contemporáneo.	• El ser humano y su dimensión política. Conceptos claves: política. políticas públicas; papel de las leyes y la gerencia en torno a la ejecución de políticas. • El desarrollo humano. concepto, factores que lo determinan. Implicaciones gerenciales y legales para la formulación de políticas publicas. • Rol de las nuevas tecnologías de la información (TIC) y la comunicación al servicio del desarrollo.	• Exposición del facilitador. • Ensayo personal. • Exposición del facilitador • Trabajo por equipos. • Exposiciones	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Asistencia - puntualidad. • Participación. • Exposición por equipos.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
POLÍTICAS COMUNICACIONALES: FUNDAMENTOS E IMPORTANCIA		CARACTERIZAR LAS POLÍTICAS COMUNICACIONALES EN EL CONTEXTO GENERAL DE LA PLANIFICACIÓN DE POLITICAS PÚBLICAS Y SU IMPORTANCIA EN EL MARCO DE LAS COMPLEJAS INTERACCIONES SOCIALES DEL MUNDO CONTEMPORÁNEO.	
DURACION			
08 HORAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Analizar críticamente los aportes y limitaciones de diseños de políticas comunicacionales, desde una perspectiva sistémica cualitativa. 2. Describir los factores sociales más relevantes, de cara a la implementación de políticas comunicacionales. 3. Establecer relaciones e inferencias conclusivas acerca de los factores estudiados y sus consecuencias respecto a la planificación de políticas comunicacionales integrales.	• “Políticas comunicacionales” vs “Modelos comunicacionales” un análisis critico. • Factores relevantes a considerar en la implementación de políticas públicas: Autoestima, participación, liderazgo, autoridad, motivación, control, pertenencia. • Inferencias: fenómenos determinados en las relaciones sociales vs Políticas comunicacionales.	• Exposición del facilitador. • Preguntas y respuestas. • Exposición del facilitador. • Taller formativo- vivencial. • Exposición del facilitador. • Trabajo por equipos (Matriz de inferencias). • Exposiciones. • Conclusiones generales.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Asistencia – puntualidad. • Participación. • Exposición por equipos.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
ANÁLISIS DEL ENTORNO COMO HERRAMIENTA DE POLÍTICAS COMUNICACIONALES EN EL CONTEXTO CULTURAL VENEZOLANO Y MUNDIAL CONTEMPORÁNEO		DETERMINAR LOS VALORES ASOCIADOS A LA PLANIFICACIÓN DE POLÍTICAS COMUNICACIONALES COMO EXPRESIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN VENEZUELA Y LA IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO COMO HERRAMIENTA DE TALES POLÍTICAS EN EL MARCO DE LA HIBRIDACIÓN CULTURAL VENEZOLANA.	
DURACION			
08 HORAS			
EVALUACION			
40 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Caracterizar la evolución de la planificación de políticas públicas en la Venezuela contemporánea. 2. Valorar el contexto cultural venezolano y su relación con actitudes y valores predominantes en la planificación. 3. Plantear los principales atributos del análisis del entorno como herramienta de planificación tendiente a maximizar oportunidades dentro de la planificación.	• Planificación tradicional y planificación estratégica: principales diferencias. • Fases de la planificación: diseño, ejecución, evaluación y control de políticas públicas. • La dimensión cultural venezolana en las organizaciones. Sus consecuencias en la planificación. • Centralismo vs descentralización como expresión de hibridación cultural. • Importancia del análisis del entorno institucional. • Análisis de los ambientes interno y externo en una institución. • Identificación y priorización de las influencias críticas del entorno, hacia la definición de la política comunicacional de la organización.	• Exposición del facilitador. • Equipos de trabajo. • Exposición del facilitador. • Taller formativo- vivencial (valores individuales) • Estudio de casos (valores colectivos). • Exposición del facilitador. • Trabajo por equipos • Exposiciones. • Conclusiones finales.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Asistencia –puntualidad. • Participación. • Trabajos por equipos. • Exposición por equipos.			

BIBLIOGRAFÍA

Casado Eleazar . **Entrevista Psicológica y Comunicación Humana**. Editorial Tropykos. Venezuela. 1991.

Granell Elena. **Éxito Gerencial y Cultura: Retos y Oportunidades en Venezuela**. Ediciones Lesa .Venezuela. 1998.

Kliksberg Bernardo. **El pensamiento Organizativo**. Editorial Tesis. Argentina. 1990.

Nalebuff B. Y Branderburger A. **Coopetencia**. Editorial Norma. Colombia. 1996.

PNUD. **Las Tecnologías de la información y la comunicación al servicio del desarrollo**. Venezuela. 2002.

Torres Gerver. **Un sueño para Venezuela ¿cómo hacerlo realidad?** Banco Venezolano de Crédito. Venezuela. 2001.