



UNIVERSIDAD FERMÍN TORO
VICE RECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

OPINION PÚBLICA

CÓDIGO ASIGNADO	SEMESTRE	U. C	DENSIDAD HORARIA			THS/SEM	PRE - REQUISITO
			H.T	H.P/H.L	H.A		
OPP-543	V	4	4			4/64	GEP-333

Especialista en contenido:	LIC. RAFAEL JORQUERA LIC. JUAN C. GARCÍA LIC. JOSÓ BOADA LIC. MARÍA JAIMES	AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO (FIRMA Y SELLO)
Fecha de elaboración:	AGOSTO,2000	
Elaborado por:	LIC. RAFAEL JORQUERA LIC. JUAN C. GARCÍA LIC. JOSÓ BOADA LIC. MARÍA JAIMES	

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Esta materia propia de las disciplinas de la psicología y sociología forma parte de las ciencias y técnicas de la comunicación social e incide de manera determinante en el conocimiento de las audiencias y receptores en general, así como en las actitudes, formación de valores y de opiniones. En el aprendizaje de esta asignatura se analizarán los conceptos fundamentales de opinión pública hasta llegar a la Metodología y aplicación para medir opinión.

MODALIDAD Y ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA

Exposiciones, Discusión grupal, Estudio de casos, Demostraciones

ESTRATEGIA DE ESTUDIO

Consultas bibliográficas, trabajo en equipo, casos prácticos, lecturas dirigidas, entre otras.

OBJETIVO TERMINAL DE LA ENSEÑANZA

Analizar la visión teórica e instrumental de la Opinión Pública, para que los estudiantes de Comunicación Social puedan adquirir una herramienta eficaz y efectiva en el desempeño de su profesión.

UNIDAD I	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
CONCEPTO DE OPINION PUBLICA	ANALIZAR EL PROCESO DE OPINION PUBLICA DESDE SU FORMACION, SU EVOLUCION HISTORICA HASTA NUESTROS DIAS.
DURACIÓN	
3 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
15%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Revisión bibliográfica. • Controles de lecturas. • Discusión estructurada para confrontación de enfoque e ideas.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
• Definir Opinión Publica. • Conocer el proceso socio – histórico donde emerge y se conforma la Opinión Publica. • Identificar los problemas que enfrenta el estudio de la Opinión Pública. • Relacionar la importancia de la Opinión Publica como mecanismo de Control Publica como mecanismo de Control Social, a través de su historia y su interrelación con la ideología.	
CONTENIDOS	
• Opinión Pública: Concepto de Opinión Pública y Opinión del Pueblo. La opinión Pública e individual. Evolución Histórica. Óptica de diversos autores. • La Opinión Pública como un hecho social y de control social. • La Opinión Pública a través de su historia. • La Opinión Pública y su interpelación con la ideología.	

UNIDAD II	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
ENTORNO EN LA OPINIÓN PÚBLICA	ANALIZAR LOS ASPECTOS PSICOLÓGICOS QUE CARACTERIZAN LA OPINIÓN PÚBLICA
DURACIÓN	
3 SEMANA	
EVALUACIÓN	
15%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Revisión bibliográfica. • Exposiciones orales. • Discusión estructurada para confrontación de enfoque e ideas	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Identificar los aspectos psicológicos que condicionan la Opinión Pública. 2. Comprender los factores socioculturales y psicológicos que interactúan en el proceso. 3. Comprender el proceso de Opinión Pública y la matriz de opinión	
CONTENIDOS	
• Aspectos psicológicos que condicionan la Opinión Pública. • Clima y ambiente de la Opinión Pública. • Actitudes: chismes, rumores, mitos, estereotipos. • Estados y manifestación de la Opinión Pública. • Proceso de formación de Opinión Pública. • Matriz de Opinión.	

UNIDAD III	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
FORMACIÓN DEL LIDERAZGO EN LA OPINIÓN PÚBLICA	DISTINGUIR LOS TIPOS DE LIDERAZGO QUE CONFORMAN EN EL PROCESO DE OPINIÓN PÚBLICA.
DURACIÓN	
3 SEMANA	
EVALUACIÓN	
15%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Revisión bibliográfica. • Controles de lecturas. • Discusión estructurada para confrontación de enfoque e ideas. Exposiciones orales.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Definir Líder. 2. Identificar los elementos que condicionan la formación de la Opinión Pública. 3. Establecer las características del líder y su influencia en el proceso de Opinión Pública. Analizar el liderazgo de Opinión y los elementos que condicionan su formación en la Opinión Pública	
CONTENIDOS	
• El Líder: Elementos que condicionan su formación: Naturales, psicológicas, emocionales, aptitudes circunstanciales. • Influencia del liderazgo en el proceso de Opinión Público. • Líder de Opinión: Individual. Visión. Misión del líder.	

UNIDAD	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
CAMPAÑAS DE OPINIÓN PÚBLICA	DIFERENCIAR LOS TIPOS DE CAMPAÑAS QUE EXISTEN EN EL PROCESO DE OPINIÓN PÚBLICA.
DURACIÓN	
3 SEMANA	
EVALUACIÓN	
15%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Revisión bibliográfica. • Discusión estructurada. • Estudios de casos. • Exposiciones orales.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Definir propaganda. 2. Identificar las campañas de Opinión Pública y Campañas Políticas. Establecer la relación existente entre la Propaganda y la Opinión Pública, tomado en cuenta su poder y efectividad.	
CONTENIDOS	
• Campañas de Opinión Pública. Concepto, características, elementos. • Campañas Políticas, Institucionales, Publicitarias. • Propaganda y su relación con la Opinión Pública. Su poder y efectividad. • Conflicto, consenso y participación.	

UNIDAD V	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
METODOLOGÍA PARA MEDIR OPINIÓN PÚBLICA	CONFECCIONAR INSTRUMENTOS PARA ELABORACIÓN DE CUESTIONARIOS, ENCUESTAS Y TOCUP GRUP PARA DETECTAR OPINIÓN PÚBLICA.
DURACIÓN	
3 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
40%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Revisión bibliográfica. • Controles de lectura. • Exposiciones orales. Trabajo de campo.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Definir los modelos existentes sobre encuestas. 2. Identificar la importancia de las Encuestas de Opinión. 3. Elaborar modelos de cuestionarios y aplicar casos específicos para obtener información sobre Opinión Pública. 4. Detección de problemas y necesidades del comunicador. 5. Detección de problemas y necesidades del consumidor.	
CONTENIDOS	
• Encuestas de Opinión. Definición de Encuestas. Importancia. Modelos. Usos y abusos de la Encuesta de Opinión. • Elaboración de cuestionarios. Aplicación de casos específicos. • Medición de Opinión sobre casos específicos del entorno	

BIBLIOGRAFÍA

Abreu Sojo Iván. **El Estudio de la Opinión Pública. Espacio Público y Medios de Comunicación Social.** Vadel Hermanos Editores. Caracas. (s/f).

Cossio, Carlos. **La Opinión Pública.** Editorial Pridos. Buenos Aires. 1973.

Habermas J. **Historia y Crítica de la Opinión Pública.** Barcelona. 2ª. Edición. 1982.

Kimbal Young. **La Opinión Pública.** 1987.

Padua Jorge. **Técnicas de Investigación Aplicadas a las Ciencias Sociales.** Fondo de Cultura Económica. México. 1989.

Rivadeneira Prada Raúl. **La Opinión Pública.** Editorial Trillas. México. 1993.

Ross Raymonds. **Persuasión.** Editorial Trillas. México. 1992.

Sauvy. **La Opinión Pública.** México. 1994