



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

PROPAGANDA (Asignatura de Dominio)

CÓDIGO ASIGNADO	SEMESTRE	U.C	DENSIDAD HORARIA					THS/SEM	PRE REQUISITO
			PRESENCIAL			SEMIPRESENCIAL			
			H.T	H.P/H.L	H.A	H.V	H.P		
PRO-933	IX	3	2	0	2	38	26	4/64	MER-833

Especialista en contenido:	LIC. MSC. ROSA VERÓNICA GODOY		AUTORIZADO POR: VICE-RECTORADO ACADÉMICO (FIRMA Y SELLO)
Fecha de elaboración:	MARZO, 2007		
Elaborado por:	Unidad curricular	decanato	

FUNDAMENTACION

El presente programa instruccional tiene como propósito esencial brindarle al estudiante de la carrera Comunicación Social una visión global sobre la propaganda como fenómeno comunicativo y proceso transitorio, desde una perspectiva interdisciplinaria, a fin de que los estudiantes puedan reconocer los elementos del discurso propagandístico y las diferencias entre la propaganda política, la propaganda electoral y la propaganda de guerra.

De igual manera, la cátedra Propaganda se convertirá en una herramienta clave para que los estudiantes identifiquen la relación que existe entre la propaganda, la ideología y el poder y logren construir conocimientos críticos observando y comparando hechos pasados con la realidad actual, vinculados con el proceso propagandístico, en el ámbito regional, nacional e internacional.

El programa está estructurado en tres unidades temáticas, las cuales ofrecen al estudiante los siguientes conocimientos:

- I Unidad: Propaganda y comunicación
- II Unidad: Estructura del mensaje propagandístico
- III Unidad: Propaganda, ideología y poder

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Generar en los estudiantes de comunicación social una conciencia crítica tomando en cuenta la propaganda como fenómeno comunicacional persuasivo, informativo y controlador del pensamiento.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
PROPAGANDA Y COMUNICACIÓN		ANALIZAR LA HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA PROPAGANDA COMO FENÓMENO COMUNICATIVO.	
DURACION			
6 SEMANAS			
EVALUACION			
30%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Estudiar la historia de la propaganda como ciencia histórica y su relación con la comunicación social. 2. Discutir los elementos conceptuales de la propaganda 3. Analizar la evolución diacrónica del discurso propagandístico-visión interdisciplinaria.	Historia de la propaganda como fenómeno transhistórico. • Relación de la propaganda con la Comunicación Social. • Elementos conceptuales. • Diferencias entre propaganda política, propaganda electoral, propaganda de guerra y guerra psicológica. • Evolución diacrónica y visión interdisciplinaria de la propaganda.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		• Lectura dirigida. • Discusión guiada. Estudio de Casos.	•Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Ensayo. • Taller. • Exposiciones.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
ESTRUCTURA DEL MENSAJE PROPAGANDÍSTICO		IDENTIFICAR Y ANALIZAR LOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL MENSAJE PROPAGANDISTICO.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Analizar la estructura del mensaje propagandístico. 2. Identificar los elementos estéticos expresivos en la propaganda. 3. Analizar la propaganda como fenómeno comunicativo.	• Estructura del mensaje propagandístico. • Elementos estéticos expresivos en la propaganda. • La propaganda como fenómeno comunicativo.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		• Lectura dirigida. • Estudio de casos. Discusión guiada	•Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Ensayo. • Foro. • Taller.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
PROPAGANDA, IDEOLOGÍA Y PODER		ANALIZAR LA RELACIÓN ENTRE LA PROPAGANDA, LA IDEOLOGÍA Y EL PODER.	
DURACION			
6 SEMANAS			
EVALUACION			
40 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Estudiar la propaganda como control del pensamiento. 2. Definir la relación entre propaganda, la ideología y el poder. 3. Analizar el discurso propagandístico en las campañas electorales y el contexto jurídico.	• La propaganda como control del pensamiento. • Relación entre la propaganda, la ideología y el poder. • Discurso propagandístico, campañas electorales y contexto jurídico.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		• Lectura dirigida. • Estudio de casos Discusiones grupales	•Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Ensayo. • Exposiciones.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

BIBLIOGRAFIA

Huici Módens Adrián. **Propaganda y Comunicación, una acción plural.** Edices y publicaciones. 2004.

Cachero Antonio Pineda. **Elementos para una Teoría Comunicacional de la Propaganda.** Alfar S.A. 2002.

Shiro Martha. **El Discurso Político Venezolano, un ejercicio en metanálisis.** Editorial Epistems. 2000.

Revista Latina de Comunicación Social. **La Argumentación en la Propaganda Política de las Elecciones Venezolanas del 2005.** Edición N° 61. Enero-Diciembre 2005.