



Datos generales

- **SEMESTRE 2025-2**
- Periodo entrega: **Del 21 al 28 de junio del 2025**
- Nombre del profesor(a): **Miguel Ángel Pérez Wong**
- Correo electrónico del profesor: **mperezwong@gmail.com**
- Clave de la materia: **2500.**
- Nombre de la materia: **Comunicación Política**
- Licenciatura: **Ciencias de la Comunicación**
- Semestre al que pertenece: **Quinto.**
- Número de créditos: **08**

Características del examen y criterios de acreditación:

Lineamientos para el examen extraordinario:

I. Desarrollar un análisis a partir de los planteamientos centrales de las siguientes lecturas:

1. Aguilar Camín, Héctor y Castañeda, Jorge G. *Regreso al Futuro*. México, Santilla, 2010.
2. Baena, Guillermina. *Credibilidad política y marketing mix*. México, Mc Graw Hill, 1997.
3. Chao, Felipe, et al. *Comunicación Política 2.1. Modelo para Armar. Planeación, operación y evaluación de estrategias de comunicación*. México, UNAM, 2017.
4. Del Rey Morató, Javier. *Comunicación política, internet y campañas electorales. De la teledemocracia a la ciberdemocr@cia*. Madrid, España, Editorial Tecnos, Segunda Edición, 2019.
5. Mazzoleni, Gianpietro. *La Comunicación Política*, Madrid. España, Alianza Editorial, 2014.
6. Meyenberg, Yolanda y Aguilar, Rubén. *La comunicación presidencial en México, 1988-2012*. México, UNAM, 2015.
7. Paláu Cardona, Magdalena y Larrosa-Cardona, Juan. *Manual para la Observación de Medios*. México, ITESO, 2014.



8. Peña Acuña, Beatriz. *Comunicación Política*. Madrid, España, ACCI, 2016.
9. Pons, Carles y Gutiérrez-Rubí, Antoni. *Instagram en la estrategia de construcción de liderazgo político*. Barcelona, España, Gedisa, 2020.
10. Ramos, Juanjo. *Los secretos de la comunicación política*. Smashwords Edition, 2022.
11. Woldenberg, José. *La transición democrática en México*. El Colegio de México, 2012.

Contenidos a evaluar

1. El alumno deberá incluir ejemplos de la vida nacional e internacional que permitan complementar y entender mejor los planteamientos centrales de cada autor.
 2. No se admiten resúmenes.
- II.** Con base en las lecturas del primer numeral, entrega un análisis (por escrito) sobre las estrategias de comunicación política y su efectividad, o no, en el posicionamiento mediático de uno de los siguientes personajes:
- ✓ Claudia Sheinbaum, presidenta de México.
 - ✓ Andrés Manuel López Obrador.
 - ✓ Luisa María Alcalde Lujan, titular de la Segob.
 - ✓ Alicia Bárcena, canciller.
 - ✓ Rosa Icela Rodríguez, titular de la SSPC.
 - ✓ Rogelio Ramírez de la O, titular de la SHCP.
 - ✓ Ariadna Montiel, titular de la Secretaría del Bienestar.

Contenidos a evaluar

1. El análisis se realizará con base en un seguimiento, en prensa escrita, del actor elegido, durante un periodo mínimo de 12 semanas.
2. Deberá considerar al menos tres de los siguientes diarios: Milenio, Reforma, La Jornada, El Universal, Excélsior, El Economista, El Financiero o El Heraldo de México.



3. Deberá incluir el planteamiento de una estrategia para mejorar la comunicación del actor elegido y escenarios para anticipar posibles ataques (contracampaña) de sus opositores, con base en las lecturas del numeral I.

III. Un examen oral o escrito (por videoconferencia y dependiendo del número de alumnos inscritos) sobre las lecturas, el análisis de la estrategia de comunicación del actor político elegido, la propuesta estratégica y sus conclusiones.

Nota: Para su trabajo de investigación, el sustentante deberá considerar la bibliografía del apartado I y la que a continuación se sugiere, además de fuentes propias:

- Cotteret, Jena Marie. *La Comunicación política*. Buenos Aires, El Ateneo.
- González Llaca, Edmundo. *Teoría y práctica de la propaganda*. México, Grijalbo.
- Kaufmann, Margarita. *Comunicación política*. Lima, Fundación Honrad Adenauer.
- Krotz, Estaban (Coord.). *El estudio de la cultura política en México (perspectivas disciplinarias y actores políticos)*. México, CNCA-CIESAS.
- Labarriere, Jean Louis, et. al. *Teoría política y comunicación*. Barcelona, GEDISA.
- Lerma Kirchner, Alejandro. *Cómo organizar una campaña política*. México, Edamex.
- Teun A. Van Dijk. *Texto y contexto*. México, Rei.
- Wolton, D. "La comunicación política: construcción de un modelo", en *Comunicación y Política*, Editorial Gedisa.

Criterios de acreditación

1. Los análisis de los apartados I y II deberán ser entregados en impreso el día, hora y lugar, o previamente al email de profesor Miguel Ángel Pérez Wong (mperezwong@gmail.com), programado por la coordinación de la carrera en Ciencias de la Comunicación del SUAYED.
2. Las características de este son: Arial 12, doble espacio, con una extensión libre.
3. La entrega por escrito de los numerales I y II es requisito indispensable para poder presentar el examen descrito en el numeral III.
4. Los dos análisis equivalen el 70% de la calificación. Su defensa durante el tiempo asignado para la aplicación del examen, el 30% restante.

