

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
PAN DE ESTUDIOS DE LA  
LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA (OPCIÓN CIENCIA POLÍTICA)**

**Discurso político**

<b>Clave</b>	<b>Semestre</b> 40-80	<b>Créditos</b> 8	<b>Campo de conocimiento</b>			Métodos y técnicas
			<b>Etapa</b>			Intermedia o De profundización
			<b>Modalidad</b>	<b>Curso (X) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( )</b>	<b>Tipo</b>	<b>T (X) P ( ) T/P ( )</b>
<b>Carácter</b>	<b>Obligatorio ( ) Optativo (X)</b>  <b>Obligatorio E ( ) Optativo E ( )</b>		<b>Horas</b>			
			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
			<b>Teóricas 4</b>	<b>Teóricas 64</b>		
			<b>Prácticas 0</b>	<b>Prácticas 0</b>		
			<b>Total 4</b>	<b>Total 64</b>		

**Seriación**

**Ninguna (X )**

**Obligatoria ( )**

**Asignatura antecedente**

**Asignatura subsecuente**

**Indicativa ( )**

**Asignatura antecedente**

**Asignatura subsecuente**

**Objetivo general:**

Adquirir las herramientas metodológicas y conceptuales para el análisis y elaboración de discursos políticos.

**Objetivos específicos:**

1. Vincular los conceptos, imagen y mensaje para integrar al discurso dentro de una estrategia de comunicación política.
2. Conocer los elementos que constituyen un discurso político y las reglas que deben seguirse para escribir un buen discurso.

3. Ejercitarse en la elaboración de discursos políticos.			
<b>Índice temático</b>			
	<b>Tema</b>	<b>Horas Semestre</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
1	La comunicación política, los actores sociales y el discurso	10	0
2	Imagen y mensaje	20	0
3	Elementos que constituyen un discurso	20	0
4	Contar historias	14	0
	<b>Total</b>	64	0
	<b>Suma total de horas</b>	64	
<b>Contenido Temático</b>			
<b>Tema</b>	<b>Subtemas</b>		
1. La comunicación política, los actores sociales y el discurso	1.1 Orígenes del discurso. 1.2 Importancia del discurso para la comunicación política.		
2. Imagen y mensaje	2.1 La elección del tema, la elaboración del guión y la composición del auditorio. 2.2 Los receptores del discurso. 2.3 La estructura del discurso. 2.4 El uso de recursos retóricos . 2.5 El manejo de la coyuntura .		
3. Elementos que constituyen un discurso	3.1 Ejercicios.		
4. Contar historias	4.1 Construcción de narrativas. 4.2 Estrategias persuasivas. 4.3 Manejo de emociones .		
<b>Estrategias didácticas</b>		<b>Evaluación del aprendizaje</b>	
Exposición	( x )	Exámenes parciales	( x )
Trabajo en equipo	( x )	Examen final	( )
Lecturas	( x )	Trabajo y tareas	( x )
Trabajo de investigación	( )	Presentación de tema	( x )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( x )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( x )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )
<b>Perfil profesiográfico</b>			
Título o grado	Licenciatura, maestría o doctorado en Ciencias Sociales.		
Experiencia docente	Con experiencia en la enseñanza y/o investigación o práctica		

	profesional en el tema.
Otra característica	
<b>Bibliografía básica:</b>	
<p>Tema 1</p> <p><b>Canel María José</b>, Comunicación política, Técnicas y estrategias para la sociedad de información, España, Ed. Tecnos, 1999.</p> <p><b>Heath, Chip y Dan, Heath</b>, <i>Made to Stick</i>, Nueva York, Random House, 2007.</p> <p><b>Joint Kumar, Martha</b>, <i>Managing the President's Message</i>, Johns Hopkins University Press, Baltimore, The White House Communication Operation, 2007,</p> <p><b>Kernell, Samuel</b>, <i>Going to Public. New Strategies of Presidential Leadership</i>, Washington D.C., Congressional Quarterly Press, 1993.</p> <p><b>Lakoff, George</b>, <i>Don't Think of an Elephant</i>, Chelsea Green Publishing, Vermont, 2004.</p> <p><b>Leanne Shel</b>, <i>Say it Like Obama and Win</i>, Nueva York, McGraw Hill, 2010.</p> <p>Tema 2</p> <p><b>Max, D.T</b>, <i>The making of the speech</i>, New York Times, octubre 7 de 2001.</p> <p><b>McCarthy, Edward</b>, <i>Cómo escribir discursos</i>, México, Panorama editorial, 1995.</p> <p><b>Meyenberg Yolanda y José Antonio Lugo</b>, <i>Palabra y poder. Manual del discurso político</i>, Tarver Jerry, <i>The Corporate Speechwriter's Handbook: A Guide for Professionals in Business, Agencies and the Public Sector</i>, Nueva York, Quorum Books, 1987.</p> <p><b>Theibert, Philip R</b>, <i>How to give a damn good speech</i>, Career Press, 1999.</p> <p><b>Joint Kumar, Martha</b>, <i>Managing the President's Message</i>. The White House Communication Operation, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2007,</p> <p><b>Kernell, Samuel</b>, <i>Going to Public. New Strategies of Presidential Leadership</i>, Washington D.C. , Congressional Quarterly Press, 1993.</p> <p><b>Lakoff, George</b>, <i>Don't Think of an Elephant</i>, , Vermont, Chelsea Green Publishing, 2004.</p> <p>Tema 3</p> <p><b>Núñez, Antonio</b>, <i>¡Será mejor que lo cuentes!</i>, España, Empresa Activa, 2007</p> <p><b>Martín Salgado Lourdes</b>, <i>Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en la democracia</i>, Paidós, Barcelona, 2002.</p>	
<b>Bibliografía complementaria:</b>	
<p><b>Campbell, Joseph</b>, <i>El héroe de las mil máscaras. Psicoanálisis del mito</i>, México, FCE, 2010.</p> <p><b>Demóstenes</b>, <i>Discursos</i>. Madrid, Ed. Gredos, 1980.</p> <p><b>Dowis Richard</b>, <i>The Lost Art of the Great Speech. How to Write One and How to Deliver It</i>, Nueva York, American Management Association, 2000.</p> <p><b>Esquines.-</b> <i>Discursos</i>. Madrid, Ed. Gredos, 2002.</p> <p><b>Gelderman, Carol</b>, <i>All the president's words: the bully pulpit and the creation of the virtual presidency</i>. New York, Walker and Company, 1997.</p> <p><b>Hahn, Dan y Gonchar Brennan, Ruth</b>, <i>Listening for a President: a citizen's campaign methodology</i>, Praeger Publishers, 1990.</p> <p><b>Montes, Rosa Graciela y Parick Charaudeau (Coord)</b>, <i>El tercero: Fondo y figura de las personas del discurso</i>, México, Universidad Autónoma de Puebla, 2009.</p> <p><b>Noonan Peggy</b>, <i>On Speaking Well. How to give a Speech with Style, Substance and Clarity</i>, NY.</p>	

