



República Bolivariana de Venezuela
 Universidad Bicentaria de Aragua
 Vicerrectorado Académico
 Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas
 Escuela de Comunicación Social



UNIDAD CURRICULAR		TRIMESTRE	CÓDIGO	PRELACIÓN	UNIDADES CRÉDITO
TEORÍA DE LA OPINIÓN PÚBLICA		VII	FEB67T	93UC	03
		DENSIDAD HORARIA			
COMPONENTE ASISTIDO POR EL DOCENTE		OTROS COMPONENTES		TOTAL HORAS SEMANALES	
HORAS GUIADAS		HORAS DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO			
04		06		10	
EJE DE FORMACION DE COMPETENCIA					
COMPETENCIA GÉNERICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA BÁSICA <input checked="" type="checkbox"/>	ESPECIFICA DE EJES <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA INVESTIGACION <input type="checkbox"/>		
COMPETENCIA					
Implementa las herramientas de la comunicación social a fin de entender el papel de los medios de comunicación masiva, manteniendo una postura objetiva y critica frente a la información.					
UNIDADES DE COMPETENCIA	NÚCLEOS TEMATICOS		ESTRATEGIAS		
Interpreta el fenómeno social de la opinión pública mediante el análisis sistemático de su naturaleza y constitución.	El fenómeno social de la opinión pública Problemas en el estudio de la opinión pública. Génesis y evolución de la opinión pública. La opinión pública y sus atributos. Teorías actuales de la opinión pública.		<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas dirigidas - Taller didáctico. - Consultas en línea - Asesorías. - Compartir de saberes - Plenarias - Visualización de videos - Presentación de ideas. - Discusiones dirigidas - Revisión de informe - Demostraciones - Trabajo cooperativo - Foro interactivo - Wiki - Chat - Blog - Interacción en línea 		
Analiza el fenómeno de la opinión pública como un producto social y agregado de expresiones individuales.	La opinión pública como un producto social Opinión Pública Matriz. Las estructuras de la información. Los medios de difusión masiva. Poder y efectividad de la propaganda.				
Caracteriza el papel de los líderes de opinión y de los medios de comunicación en la opinión pública.	Líderes de la comunicación Social El papel de los medios y de los líderes en la conformación de la opinión pública. Los niveles de información sobre los asuntos públicos. La espiral del silencio.				
Evalúa los distintos mecanismos de medición e investigación de la opinión pública.	La Investigación en la opinión pública Principales instrumentos de análisis. Grupos focales. Análisis de contenido. Efectos y consecuencias de las encuestas de opinión.				
REFERENCIAS					
Bockelmann, F. (1983). Formación y Funciones Sociales de la Opinión Pública. Barcelona, España: Gil. Gabas, R, y Habermas, J. (2000). Dominio Técnico y Comunidad Lingüística. Barcelona, España: Ariel. Gómez, L. (1982). Opinión Pública y Medios de Difusión. (2° ed.). Barcelona España. Gill. Habermas, J. (1982) Historia y Crítica de la Opinión Pública. (2° Ed.) Gill, Barcelona, España: Gill. De maragas, N. (s/f) Sociología de la Comunicación de Masas. Guadalajara, México: Gill. Universidad Católica Andrés Bello. (2004). Estructura de los Medios de Difusión en Venezuela. Carracas, Venezuela, Giménez.					