



Universidad Nacional
Federico Villarreal

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

SÍLABO

ASIGNATURA: ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA CÓDIGO: 7A0243

I. DATOS GENERALES

1.1	Departamento Académico	:	Psicología
1.2	Escuela Profesional	:	Psicología
1.3	Carrera Profesional	:	Psicología
1.4	Ciclo de estudios	:	VIII IX
1.5	Créditos	:	3
1.6	Duración	:	17 semanas
1.7	Horas semanales	:	(02 horas semanales)
1.7.1	Horas de teoría	:	(02 horas semanales) De acuerdo a las horas de teoría de la asignatura
1.7.2	Horas de práctica	:	(02 horas semanales) De acuerdo a las horas de práctica de la asignatura
1.8	Plan de estudios	:	(2003)
1.9	Inicio de clases	:	15 de abril de 2019
1.10	Finalización de clases	:	09 de agosto del 2019
1.11	Requisito	:	Psicología Organizacional
1.12	Docente	:	Lic. Nelly Milla Villafana
1.12	Semestre Académico	:	2019

II.SUMILLA

La asignatura tiene naturaleza conceptual, fundamentalmente práctica por ser investigativa y tiene la finalidad de dar a conocer los conceptos, estrategias y técnicas de investigación de las diversas percepciones, actitudes y opiniones de la población con respecto a diferentes eventos sucesos y situaciones que se dan en el entorno social, político y de cualquier índole

III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Elabora un plan de estudio de la opinión pública y utiliza sondeos de opinión, desarrolla actividades relacionadas con la investigación de las diversas percepciones , actitudes y opiniones del grupo de elegido con rigor científico

IV. CAPACIDADES

Logro del aprendizaje de la unidad

- C 1
Elabora mapas conceptuales.
- C2
Establece criterios teóricos y análisis de los resultados de los sondeos de opinión pública
- C3.
Elabora un reporte de Investigación de la opinión pública
- C4:
Diseña y realiza una Investigación de opinión en las empresas

V. PROGRAMACIÓN DE UNIDADES

UNIDAD I					
ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA					
C1: Elabora Mapas Conceptuales					
SEMANA	COMPONENTES CONCEPTUALES	COMPONENTES PROCEDIMENTALES	COMPONENTES ACTITUDINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
Semana N° 1 15 Abril	Describe y explica los conceptos de Opinión Pública	Analiza los conceptos y su importancia	<ul style="list-style-type: none"> • El Docente muestra interés y conocimiento de los temas planteados. • El estudiante presenta el árbol de problemas 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de trabajos individuales y grupales, estimulando el trabajo colaborativo. 	4
Semana N° 2 22 Abril	Describe y explica los conceptos de los sondeos de opinión y marketing social	Analiza y propone situaciones aplicando los conceptos de sobre la Opinión Pública, relacionándola con el Marketing social	<ul style="list-style-type: none"> • El Estudiante participa activamente en la investigación sobre los 	Dinámica de grupos	4

Semana N° 3 29 Abril	Antecedentes históricos del marketing social y los sondeos de opinión pública	Analiza los antecedentes y conceptos del tema	sondeos de opinión pública • El estudiante desarrolla	Prácticas dirigidas en el aula	4
Semana N° 4 6 Mayo	Alcances e investigación de mercado social	Compara racionalmente las diversas etapas por las que ha atravesado el marketing social, elaborando esquema y cuadros y mapas mentales	Actividades con destreza y creatividad	Elabora mapas conceptuales sobre la unidad	4
Evaluación correspondiente a la Unidad I					
Fuentes de información: <ul style="list-style-type: none"> • Rivadeneira, R. (1979) La opinión pública. México: Harla • Arias, F. (1980) Opiniones y creencias. México: Trillas 					

UNIDAD II**ASPECTOS PSICOLOGICOS Y OPINIÓN PÚBLICA**

C2: Establece criterios teóricos y análisis psicológicos de los resultados de los sondeos de opinión pública

SEMANA	COMPONENTES CONCEPTUALES	COMPONENTES PROCEDIMENTALES	COMPONENTES ACTITUDINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
Semana N° 5 13 Mayo	Comprende y explica las variables psicosociales que influyen en la opinión pública	Analiza las variables e interpreta la relación causal	El Docente <ul style="list-style-type: none">Muestra interés en los conocimientos sobre las teorías de las ventas.	<ul style="list-style-type: none">Exposición de trabajos individuales y el trabajo colaborativo.	4
Semana N° 6 20 Mayo	La motivación , enfoques y aplicación	Analiza la motivación y los diversos enfoques	<ul style="list-style-type: none">El alumno Participa activamente en el desarrollo del tema y su aplicación.	Dinámica de grupos	4
Semana N° 7 27 Mayo	Las Actitudes , emociones, percepción y distorsiones en la opinión pública y la conducta social	Propone la elaboración de un esquema de un plan de mercadeo social	<ul style="list-style-type: none">Entrega reportes desarrollados con rigurosidad	Practicas dirigidas en el aula	4
Semana N° 8 3 Junio	Evaluación			Evaluación escrita del tema	4

EXAMEN PARCIAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° I y II					
Fuentes de información:					
<ul style="list-style-type: none"> • Rivadeneira, R. (1979) La opinión pública. México: Harla • Arias, F. (1980) Opiniones y creencias. México: Trillas 					

<p style="text-align: center;">UNIDAD III METODOLOGÍA DE LA OPINIÓN PÚBLICA</p>					
<p style="text-align: center;"><i>C3: Elabora un reporte de Investigación de la opinión pública</i></p>					
SEMANA	COMPONENTES CONCEPTUALES	COMPONENTES PROCEDIMENTALES	COMPONENTES ACTITUDINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
<p>Semana N° 9 10 Junio</p>	<p><i>La metodología y evaluación de la opinión pública</i></p>	<p>Analiza la metodología y evaluación de la opinión pública</p>	<p>El Docente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muestra interés en los conocimientos sobre las teorías de las ventas. • El alumno Participa activamente en 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de trabajos individuales y grupales, estimulando el trabajo colaborativo. 	<p>4</p>

Semana N° 10 17 Junio	<i>Técnicas cuantitativas y cualitativas</i>	Analiza las técnicas cuantitativas y cualitativas	el desarrollo de las teorías, su aplicación, entrega reportes desarrollados con rigurosidad	Dinámica de grupos	4
Semana N° 11 24 Junio	<i>Los aspectos del sondeo de opinión. los criterios para la elaboración de un plan de mercadeo y opinión</i>	Propone la elaboración de un esquema de un plan de mercadeo y opinión		Prácticas dirigidas en el aula	4
Semana N° 12 1° Julio	<i>Los criterios para la elaboración de un plan de opinión pública</i>	Realiza un plan de opinión		Evaluación escrita del tema tratado	4
Evaluación de la unidad					
Fuentes de información:					
<ul style="list-style-type: none"> • Rivadeneira, R. (1979) La opinión pública. México: Harla • Arias, F. (1980) Opiniones y creencias. México: Trillas 					

**UNIDAD IV
EVALUACIÓN DE ACTITUDES Y OPINIONES**

C4: Diseña y realiza una Investigación de la opinión pública

SEMANA	COMPONENTES CONCEPTUALES	COMPONENTES PROCEDIMENTALES	COMPONENTES ACTITUDINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
Semana N° 13 8 Julio	<i>Evaluación de Actitudes y Opiniones</i>	Analiza la metodología y evaluación de la opinión pública	El Docente <ul style="list-style-type: none"> • Muestra interés en los conocimientos sobre las teorías de las ventas. • El alumno Participa activamente en el desarrollo de las teorías, su aplicación, entrega reportes desarrollados con rigurosidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de trabajos individuales y grupales, estimulando el trabajo colaborativo. 	4
Semana N° 14 15 Julio	Encuesta de Opinión	Analiza las técnicas cuantitativas y cualitativas		Dinámica de grupos	4
Semana N° 15 22 Julio	Investigación de Opinión Pública	Propone la selección de un tema de interés aplicado		Prácticas dirigidas en el aula	4
Semana N° 16 29 Julio	Investigación de Opinión Pública	Aplica el método de la encuesta		Evaluación escrita del tema tratado	4

Semana 17 5 Agosto					
Evaluación Final					
Fuentes de información: <ul style="list-style-type: none"> • Rivadeneira, R. (1979) La opinión pública. México: Harla • Arias, F. (1980) Opiniones y creencias. México: Trillas 					

VI. METODOLOGÍA

6.1 Estrategias didácticas centradas en el aprendizaje

- Comprensión lectora. Lectura y comprensión
- Hacer resúmenes. Análisis y síntesis
- Expresión escrita y oral.
- Orientación básica en el uso de la atención de la memoria y saber escuchar
- Mapas conceptuales:
- Mapas mentales

6.2 Estrategias didácticas centradas en la enseñanza

- ✓ Discusión dirigida
- ✓ El taller
- ✓ Clases prácticas
- ✓ Resolución de casos y problemas
- ✓ Aprendizaje cooperativo

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Equipos: equipo de cómputo, proyector multimedia, ecran, cámara grabadora video, equipo de sonido.

Materiales: pizarra, plumones separatas, lecturas, casos de estudio, dinámicas seleccionadas.

Medios electrónicos: uso de correo electrónico e Internet

Físicos: Auditorio para la realización de las dinámicas o ambiente amplio. Con sillas

VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo al **COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS** de esta Superior Casa de Estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Los exámenes y otras formas de evaluación se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor de estudiante”.
- Del mismo modo, en el referido documento en su artículo 16°, señala: “Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”
- La evaluación de los estudiantes, se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

EVALUACIÓN

Nº	CODIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN		PORCENTAJES
1	EP	Evaluación Parcial	Participación en clase	30%
			Control de 1° lectura	
			Revisión teórica de la asignatura	
2	EF	Evaluación Final	Presentación de programas sociales	30%
			Presentación de temas expositivos	
			Revisión teórica de la asignatura	
3	TA	Trabajos Académicos	Control de lecturas 2° y 3°	40%
			Desarrollo de talleres- Ensayos	
			Revisión Teórica de la asignatura	
TOTAL				100%

Calificación Final: $(EP \times 0.3) + (EF \times 0.3) + (TA \times 0.4)$

Nº	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EVALUACIÓN PARCIAL	30%
02	EF	EVALUACIÓN FINAL	30%

03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
		TOTAL	100%

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará en base a la siguiente manera:

$$NF = \frac{EP*30\% + EF*30\% + TA*40\%}{100}$$

Criterios:

- EP = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- EF = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- TA = Los trabajos académicos serán consignadas conforme al COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS de esta Superior Casa de Estudios, según el detalle siguiente:
 - a) Prácticas calificadas.
 - b) Informes de laboratorio.
 - c) Informes de prácticas de campo.
 - d) Seminarios calificados.
 - e) Exposiciones.
 - f) Trabajos monográficos.
 - g) Investigaciones bibliográficas.
 - h) Participación en trabajos de investigación dirigidos por profesores de la asignatura.
 - i) Otros que se crea conveniente de acuerdo a la naturaleza de la asignatura.

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN (En APA)

9.1 REFERENCIA BASICA

- Arias, F. (1980) Opiniones y Creencias. México: Trillas
- Rivadeneira, R. (1979) La Opinión Pública. México D. F. Ditorial Trillas

9.2 REFERENCIA COMPLEMENTARIA

- Barón R & Byrne D. (2005). *Psicología Social*. Barcelona: Prentice Hall
- Lamberth, J. (1996). *Psicología Social*. Madrid: Pirámide.
- Leon, J.M. (1998). *Psicología social*. Madrid: Mc Graw Hill
- Myers, D. (1995). *Psicología Social*. México D.F., México: Mc Graw Hill
- Alcántara, J. (1992). *¿Qué son las actitudes?* Barcelona: CEAC
- Attie, T. (1995). Violencia Social Silenciosa. *Revista de Psicología Iberoamericana. Raíces y Perspectivas de la violencia: Hechos, alternativas y propuestas*, 3, 3, 134-145
- Catanzaro, D.(2001). *Motivación y Emoción*. México, D.F.: Pearson
- Corsi, J. (1994) *Violencia Familiar. Una mirada interdisciplinaria sobre un grave problema social*. Bs As: Paidós
- Feldman, R. (1994). *Psicología*. Mexico, D.F.: Mc. Graww Hill
- Garza, Gerardopatiño ,J y Magdalena, S. (2000). Educación en valores. 1a. ed. -- México, DF : Trillas.
- Gonzales, M.D. (2000). Conducta Prosocial: evaluación e Intervención. España: Morata.
- Grimaldo, M. (1999) *¿Hacia dónde van nuestros jóvenes?* Lima: USMP.
- Jones, Edward. (1992). *Fundamentos de psicología Social*. México D.F.: Limusa
- Maggi, R. y Barriga, L (1998) *Las actitudes en Desarrollo Humano y calidad: Valores - actitudes*. Méx. D.F.: L.
- Mora, G y Sarmiento, S. (1997). *Valores humanos y actitudes positivas*. México: Mc Graw Hill
- Maslow, A.(1991). *Motivación y Personalidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Prado, M.(2002). *El Poder de la motivación*. Lima: EIDEBA
- Reeve, M. (1994). *Motivación y Emoción*. Madrid: Mc. Graw Hill.

- Rodríguez, A. (1993). *Psicología Social*. México D.F: Trillas
- Rubio.(1998).La Interacción como objeto de Estudio de la Psicología Social *Rev. de Psicología social*, 19-24.
- Verderber,R. (2000). *Comunicación Oral Efectiva*. México, D.F.: Internacional

PAGINAS EN INTERNET:

<https://www.cpi.pe>

<https://iep.org.pe/estudios-de-opinion/>

www.datum.com.pe/pe/estudios

Lima, de marzo de 2019



.....
**FIRMA Y NOMBRE DEL DIRECTOR DE
DEPARTAMENTO ACADÉMICO**

Código Docente:

Correo electrónico:

.....
FIRMA Y NOMBRE DEL DOCENTE

Código Docente: 96239

Correo electrónico : nmilla@unfv.pe