



UNIVERSIDAD DE ANTOFAGASTA
FACULTAD: CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y HUMANIDADES.
DEPARTAMENTO DE LAS ARTES Y EL DISEÑO.

PROGRAMA DE ASIGNATURA

ANTECEDENTES GENERALES

CARRERA	DISEÑO GRÁFICO, MENCIÓN DISEÑO ESTRATÉGICO			
NOMBRE DE LA ASIGNATURA	COMUNICACIÓN PERSUASIVA			
CÓDIGO DE LA ASIGNATURA	DGAD 44			
AÑO/SEMESTRE	2024/ 2º Semestre			
COORDINADOR ACADÉMICO	SEBASTIÁN HERRERA			
EQUIPO DOCENTE	SEBASTIÁN HERRERA			
ÁREA DE FORMACIÓN	PROFESIONAL			
CRÉDITOS SCT	4 CRÉDITOS			
HORAS DE DEDICACIÓN	Actividad presencial	04	Trabajo autónomo	02
FECHA DE INICIO	Agosto de 2024			
FECHA DE TÉRMINO	Diciembre de 2024			

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura desarrolla en el estudiante la capacidad para conocer y aplicar los elementos fundamentales de la comunicación persuasiva, considerando el impacto e importancia que tienen dentro de la actividad humana y pone énfasis en la capacidad de crear mensajes significativos que se sustenten en el análisis posterior de las teorías y modelos que explican y fundamentan ese proceso y que van desde la comunicación intra e interpersonal, social y propagandística.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYE A DESARROLLAR LA ASIGNATURA

Expresa el nivel de desarrollo de las competencias, específicas y genéricas, a las que contribuye la asignatura.

1. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Comunicación persuasiva:

Analiza mensajes en función de los elementos de la comunicación verbal y no verbal aplicándolos en productos de comunicación visual.

2. COMPETENCIAS GENERALES

Trabajo en equipo:

Integra equipos de trabajo generando sinergia entre los miembros, para alcanzar objetivos personales y grupales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Analiza las figuras retóricas del lenguaje para su aplicación en mensajes visuales.

Analiza los mensajes visuales a partir del icono para resolver problemas de comunicación visual.

UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD I: LA PERSUASIÓN.

- Ciencia de la persuasión.
- Elementos para concretar la persuasión.
- Comunicación persuasiva.
- Tipos de comunicación persuasiva.
- ¿Cómo aplicar la comunicación persuasiva?
- El mensaje persuasivo.

UNIDAD II: PERSUASIÓN Y PUBLICIDAD.

- La persuasión en publicidad.
- Herramientas para la persuasión publicitaria.
- El modelo AIDA.
- La comunicación masiva.
- La persuasión y el cambio de actitud.
- Publicidad ATL y BTL.
- Campaña de persuasión.

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

Enfoque didáctico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	*ESTRATEGIA DIDÁCTICA / TÉCNICA DIDÁCTICA	PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN
Analiza las figuras retóricas del lenguaje para su aplicación en mensajes visuales.	Metodología Entrega de contenido mediante clases expositivas, en donde se explicarán conceptos como principios de la comunicación, clasificación de las funciones, comunicación masiva o social, de la masa social a la sociedad	Prueba escrita (30%) Unidad I

	de masas, la cultura de masas y medios de masas, entre otros.	
Analiza los mensajes visuales a partir del icono para resolver problemas de comunicación visual.	Metodología Entrega de contenido mediante clases expositivas, en donde se explicarán conceptos como funciones de los medios de comunicación masiva.	Desarrollo trabajo (40%) Unidad II
Integra equipos de trabajo generando sinergia entre los miembros, para alcanzar objetivos personales y grupales.	Integrado	Desarrollo proyecto conjunto interniveles (30%)

* Se proponen de manera general. Se detalla en Guía de Aprendizaje.
Se asume como condición que debe existir consistencia entre la estrategia didáctica y los procedimientos de evaluación.

BIBLIOGRAFÍA.

Bibliografía Básica.

- León, José Luis. (1993). *Persuasión de masas. Psicología y efectos de las comunicaciones sociopolíticas y comerciales*. Bilbao: Editorial Deusto.
- Nothstine, William. (1992). *Cómo influir en los demás: estrategias exitosas para una comunicación persuasiva*. (Edición actualizada). México: Grupo editorial. Imprenta Iberoamericana.
- Roiz, Miguel. (1996). *Técnicas modernas de persuasión*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Bibliografía Complementaria

- Berlo, David. (1984). *El proceso de la comunicación*. Editorial El Ateneo.
- Medina, Luis. (1992). *Comunicación, humor e imagen*. Editorial Trillas.
- McEntee, Ayleen. (1996). *La comunicación oral*. Editorial McGraw Hill.
-

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES TEÓRICAS / TEÓRICO-PRÁCTICAS / LABORATORIOS

Día: martes 11:00hrs a 13:30hrs Presencial Taller I

Asistencia mínima de aprobación 75% según reglamento estudiante.