



Nombre de la actividad:	Act. 1. Tipos de Público y medios sociales.
Objetivo: Identificar la relación entre contenido, medios sociales y tipos de público.	
Contenido: Modelo de RP de Grunig y Hunt Redes y medios sociales Teorías de la Comunicación mediadas por computadora	
Material didáctico: <ul style="list-style-type: none">▪ Viralidad y medios sociales: http://goo.gl/3CYTn5▪ Relaciones públicas y medios sociales: http://goo.gl/mySuHh▪ Paradigma de las Relaciones Públicas en la sociedad del conocimiento: http://goo.gl/m8QhGR▪ Material en el blog de la clase: http://marcoCarlosavalos.com/tallertics/▪ Guías sobre producción de contenido para medios sociales: http://marcoCarlosavalos.com/twitter▪ Desapariciones Forzadas: http://goo.gl/TgbJ1s	
Tipo:	Colaborativa
Valor asignado:	30/100
Período de realización:	Inicia 06 y termina 14 de noviembre
Medio de entrega:	Campus virtual y blogs personales
Descripción detallada de la actividad:	
	<p>La organización de defensa de los derechos humanos, Amnistía Internacional (AI), quiere concientizar a la opinión pública de México sobre la gravedad de las desapariciones forzadas en México. AI considera que parte del público mexicano no se identifica, ni siente empatía por las personas desaparecidas y sus familias. La organización sostiene una tesis: si la mayoría del público adquiere conciencia del problema, puede exigir y presionar para que las desapariciones forzadas desaparezcan. Si la opinión pública se moviliza, el problema puede desaparecer. El problema que AI identifica es que dicha movilización no puede provenir solamente de asociaciones civiles y un grupo pequeño de ciudadanos: la movilización debe abarcar todos los grupos sociales, principalmente la clase media que no acostumbra participar en la solución de los problemas de la comunidad.</p>
	<p>Tomando como referencia el modelo de RP de Grunig y Hunt y el contenido que se señala el apartado material didáctico, realiza lo siguiente:</p>
<ol style="list-style-type: none">1. Identificar y argumentar estrategias de comunicación (dialécticas y persuasivas) de acuerdo a los diferentes tipos de público propuestos por Grunig y Hunt, para justificar o cambiar las actitudes de cada tipo de público hacia el fenómeno de las desapariciones forzadas.	

2. Describir cómo se utilizarían los medios que se seleccionen de acuerdo al tipo de público (blog, video, sitio web, Twitter, etc.), tomando en cuenta las teorías de la comunicación y las teorías de la comunicación mediada por computadora.
3. Contenido: Realizar un ejemplo de cómo utilizarían un medio en la estrategia de RP (por ejemplo, una entrada de Facebook o una entrada de blog). Revisa en los hashtag de AI y selecciona aquel al que puedas sumar el contenido que generaste y agrega dicho hashtag a tu contenido.
4. Enviar un mensaje de Twitter que incluya a los usuarios @AIMexico @amnistiaespana y otro usuario que pueda ayudar a promocionar el contenido. Revisa en los hashtag de AI y selecciona aquel al que puedas sumar el contenido que generaste y agrega dicho hashtag a tu Tuit.
5. Publicar el contenido en el muro de Facebook de las cuentas AI México y AI España, así como de otra página y/o usuario que puede ayudar a promocionar el contenido.
6. Presentar en PowerPoint el trabajo en el salón de clases, junto con la respuesta que haya tenido el contenido realizado luego de haberse tuiteado y publicado en Facebook.**
7. Evaluar las propuestas de sus compañeros.
8. En el blog personal, realizar una conclusión sobre la importancia de los medios y redes sociales en las RP que incluya la presentación en PowerPoint publicada en Prezi o en Slideshare (y tuitearla con el hashtag #DerechosHumanos y el usuario @marcocar)
9. Enviar la URL al campus virtual en la fecha que se señala arriba.

***El trabajo debe realizarse el día de clase, pero se da espacio extra para subir la tarea y modificar lo necesario de acuerdo a la retroalimentación del docente.**

**** Toma en cuenta, en el caso de Facebook, el EdgeRank. Por ejemplo, compártelo con tus amigos de Facebook y revisa qué impacto tuvo. En el caso de Twitter, verifica quién lo retuiteó, compartió, contestó o lo marcó como favorito.**

Criterio	Descripción de criterios	Valor	Puntaje logrado
Requisito obligatorio	La estrategia debe llevar en la portada el nombre de la especialidad, el nombre del equipo, nombre de los integrantes con su respectiva dirección de blog, así como el nombre del caso que se utilizó. Igualmente, las referencias deben indicarse utilizando el estilo de citación APA y agregando los créditos al material no propio que se haya utilizado. (Material CC Commons)	Si no cumple estas condiciones no será recibido	
Identificar estrategia por tipo de público	Se argumenta estrategia de comunicación de acuerdo a cada tipo de público.	2	
Justificación	Se justifican todos los elementos de la estrategia proporcionando argumentos.	1	
Descripción de uso de medio por tipo de público	Se especifica el uso de cada medio con un objetivo y su relación con el tipo de público.	2	
Descripción de dos elementos mediáticos	Aprovecha los principios, consejos e información proporcionada en el apartado material didáctico.	2	
Presentación	Descripción detallada del trabajo en el salón de clases (24 de abril)	1	
Evaluación	Proporciona una evaluación del trabajo de cada uno de sus compañeros (se proporcionará una guía para dicha evaluación)	1	
Conclusión en blog	En el blog se proporcionan argumentos para la conclusión.	1	