

## Índice

<b>Introducción.....</b>	<b>5</b>
--------------------------	----------

### **Capítulo 1. La Comunicación y la Comunicación social**

1.1. La comunicación. Proceso, situaciones y modelo.....	14
1.2. Comunicación masiva: tipos de medios y conceptos generales.....	20
1. 2.1. Funciones .....	25
1. 2. 2. Importancia política.....	31
1.2.2.1 Los órdenes institucionales.....	32
1.2.2.2. representaciones, consensos y gobernabilidad.....	36
1.3 . Qué es la comunicación social.....	42
1.4 . Funciones de la comunicación social.....	48
1.5. La comunicación social en la esfera pública de la Ciudad de México....	54
1.6. Importancia política de la comunicación social.....	59

### *2ª parte, Estrategias y Campañas de Comunicación Social*

### **Capítulo 2. Pensamiento estratégico**

2.1. Escuelas de pensamiento estratégico.....	69
2.2. ¿Qué significa <i>misión</i> organizacional?.....	74
2.3. Misión y escala de estrategias.....	77

### **Capítulo 3. Elementos de planeación estratégica**

3.1. Premisas de la planeación estratégica.....	84
3.2 Proceso y elementos de la planeación.....	88
3.3. Estrategias y Comunicación Social.....	96

## **Capítulo 4. Diseño de campañas de Comunicación Social**

<b>4.1. Campañas de Comunicación Social.....</b>	<b>106</b>
<b>4.2 Metodología de la campaña.....</b>	<b>109</b>
<b>4.3. Campañas de marketing de gestión pública.....</b>	<b>145</b>
<b>4.4. Campañas con medios alternativos de comunicación.....</b>	<b>154</b>
<b>4.4.1. Los medios alternativos de comunicación en la localidad.....</b>	<b>156</b>
<b>4.4.2. Identificación de medios alternativos.....</b>	<b>157</b>
<b>4.4.3. Estrategia de campaña con medios alternativos.....</b>	<b>159</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>162</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>166</b>