

**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**  
**Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales.**



**Programa de estudio de la Unidad de Aprendizaje:**

**Teorías y Modelos de Comunicación**

**Elaboró:**

Mtro. Alejandro Cuadros Medina

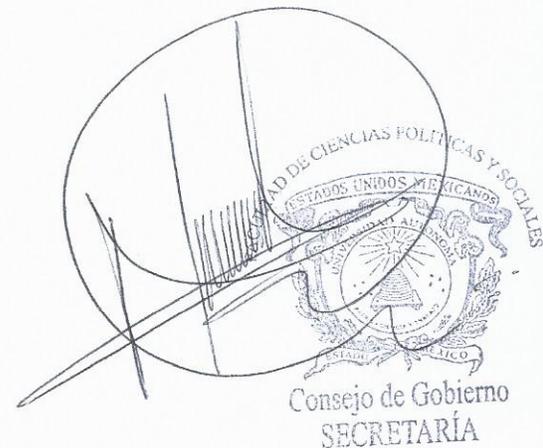
Mtro. Aristides Vergara Blanco

**Fecha de aprobación: 26 de Abril de 2018**

H. Consejo Académico  
**676**

H. Consejo de Gobierno  
**753**

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales





## Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	4
IV. Objetivos de la formación profesional.	4
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	7
VII. Acervo bibliográfico.	8
VIII. Mapa curricular.	10





I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

Estudios profesionales

Unidad de aprendizaje  Clave

Carga académica

Período escolar en que se ubica 

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Seriación

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso  Curso taller   
Seminario  Taller   
Laboratorio  Práctica profesional   
Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido  No escolarizada. Sistema virtual   
Escolarizada. Sistema flexible  No escolarizada. Sistema a distancia   
No escolarizada. Sistema abierto  Mixta





## II. Presentación del programa de estudios

La Unidad de Aprendizaje Teorías y Modelos de Comunicación, pretende analizar y revisar desde un contexto histórico las diferentes etapas y formas de pensamiento relacionadas a la comunicación, las cuales sean bases necesarias para contribuir en el crecimiento del conocimiento teórico y práctico aplicado al quehacer laboral propio de la comunicación digital; esta contribución enriquecerá el conocimiento del alumno relacionado al contexto social lo cual le permita diagnosticar procesos contemporáneos de comunicación de la sociedad en red.

Esta Unidad de Aprendizaje encaminará, demandará en el docente actividades de multidisciplinariedad que coadyuven en el desarrollo de distintas prácticas comprensivas relacionadas a otras unidades de aprendizaje que por su naturaleza sean completamente tecnológicas; herramientas multidisciplinarias que le permitan comprender y analizar el mundo virtual que se le presente en el campo laboral.

## III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación:

Sustantivo

Área curricular:

Ciencias Sociales

Carácter de la UA:

Obligatoria

## IV. Objetivos de la formación profesional

### Objetivos del programa educativo:

La Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales forma profesionales que contribuyen al progreso social, económico y cultural del país, a través de los siguientes objetivos:

#### Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.

Desarrollar la sensibilidad y el arte como base a la creatividad.

Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.





- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar con autonomía como Licenciado(a) en Gestión de la Información en Redes Sociales.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas de inglés como segunda lengua.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y justicia.

### Particulares

- Crear sistemas de bases de datos mediante algoritmos, modelos matemáticos y modelos de software; para almacenar, recuperar y procesar datos de la sociedad en red.
- Seleccionar métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas en el análisis de datos, comprender su significado, procesarlo y convertirlo en información útil para las organizaciones públicas y privadas.
- Analizar el marco normativo, la seguridad de las TIC y los delitos cibernéticos, para evaluar decisiones y formular soluciones racionales y éticas sobre el uso, acceso y protección de datos e información de la sociedad en red.
- Analizar datos mediante la selección de principios, métodos y técnicas estadísticas, modelos de inteligencia artificial, minería de datos y teoría de juegos; para localizar patrones, identificar tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red.
- Investigar mercados a través de métodos cuantitativos y cualitativos para mejorar o innovar productos tangibles e intangibles e identificar oportunidades de negocio en las organizaciones públicas y privadas.
- Desarrollar habilidades tecnológicas mediante en el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para operar plataformas digitales y comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Crear estrategias discursivas mediante la composición editorial y diseño gráfico, para comunicar información, contenido e imagen de personas, productos tangibles e intangibles, organizaciones públicas y privadas en plataformas y redes sociales digitales.
- Gestionar información en las organizaciones públicas y privadas a través del proceso administrativo, para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de intervención profesional de los sectores primario, secundario y terciario.
- Seleccionar los canales y medios de comunicación para difundir información, promover la identidad, imagen y reputación de personas y organizaciones, así como comercializar productos tangibles e intangibles vía *internet*.



- Colaborar en la formulación de políticas, legislación y lineamientos en torno al acceso, uso y protección de datos e información, para personas y organizaciones públicas y privadas.
- Administrar sistemas de información en plataformas tecnológicas y redes sociales digitales, respetando las políticas, legislación y lineamientos sobre el uso, acceso y protección de datos e información.
- Proponer información para la toma de decisiones en el desarrollo de políticas públicas, para atender necesidades y resolver problemas en materia de planeación y desarrollo urbano, demográfico, educativo, salud, trabajo, seguridad social, vivienda, entre otros.

#### Objetivos del núcleo de formación:

Desarrollará en el alumno el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión.

Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo; los principios disciplinares y metodológicos subyacentes; y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional.

#### Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Crear estrategias de comunicación a partir del análisis y la construcción del discurso, dando sentido a la información, para establecer diferentes planes de comunicación que permitan la interacción entre los actores que componen la sociedad en red.

Analizar el marco normativo vigente a nivel internacional, nacional y estatal de derecho de acceso, uso y protección a la información de la sociedad en red. Proponer actualizaciones al marco normativo sobre seguridad de la información de la sociedad en red con ética profesional.

Analizar el comportamiento de las personas en su rol de consumidor de productos tangibles e intangibles, mediante la identificación de características, necesidades y oportunidades, para fundamentar la toma de decisiones en las organizaciones públicas y privadas.

Analizar los elementos socio-históricos que han generado fenómenos en la sociedad en red, a partir del estudio de la sociedad de la información y del conocimiento, de teorías sociológicas, antropológicas e históricas de redes sociales y de la auto constitución del homosapiens y de la técnica, para comprender su funcionamiento y sus implicaciones sociales en la actualidad.

Analizar aspectos estructurales y funcionales de la lengua inglesa mediante habilidades lingüísticas de nivel medio-alto, para adquirir las competencias comunicativas en la descripción de situaciones y procesos, referencias temporales, reflexión, opinión, planeación y expectativa en contextos generales y particulares de la sociedad en red.



**V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.**

Analizar el desarrollo de la comunicación desde una perspectiva teórica e histórica, mediante la identificación de modelos comunicativos en distintos contextos sociales para diagnosticar procesos contemporáneos de comunicación de la sociedad en red.

**VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.**

<b>Unidad 1. De la palabra al grafo, contexto histórico</b>
<b>Objetivo:</b> Analizar las primeras transiciones históricas de la comunicación para comprender su evolución e importancia, a través de actividades discursivas, de indagación y de resolución de problemas.
<b>Contenidos:</b>
1.1. De la oralidad a la escritura.
1.2. Las primeras civilizaciones alfabéticas.
1.3. La Comunicación en la Edad Media.
1.4. De la escritura a la imprenta. Expansión del conocimiento y la imprenta.

<b>Unidad 2. La Comunicación en las Corrientes Sociales</b>
<b>Objetivo:</b> Analizar los diferentes postulados teóricos de la comunicación a través de las Corrientes sociales para entender las distintas posturas contemporáneas.
<b>Contenidos:</b>
2.1. Comunicación y Funcionalismo.
2.2. Comunicación y Estructuralismo.
2.3. Comunicación y Marxismo.
2.4. Modelos europeos y norteamericanos.
2.5. Teoría de la mediación y estudios culturales.

<b>Unidad 3. Estudios contemporáneos de la comunicación</b>
<b>Objetivo:</b> Analizar las diferentes propuestas de la comunicación digital a través de diferentes planteamientos teóricos para comprender la sociedad cibermediatizada.
<b>Contenidos:</b>
3.1 La Escuela de Comunicación de Toronto.
3.2 La transdisciplinariedad y la comunicación.
3.3 Cultura digital: el hombre, el diseño y el espacio.
3.4 Propuesta de nuevos medios.
3.5 Transmedia, una propuesta narrativa.
3.6 Reflexión sobre la sociedad cibermediatizada.





## VII. Acervo Bibliográfico

### Básico:

- Sin autor. (1994). *Carta de la Transdisciplinariedad*, Convento de Arrábida.
- Castells, Manuel. (2010) *La galaxia internet. reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*.
- De Fleur, M.L. y Ball-Rockeach, S. (1989) *Teorías de la comunicación de masas*. México: Paidós Comunicación.
- Elizondo Martínez, J. O. (2009). *La Escuela de Comunicación de Toronto. Comprendiendo los efectos del cambio tecnológico*. México: Siglo XXI.
- Fidler, Roger. (1997). *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Argentina: Granica.
- Galán Ugartemendia, José Ignacio. (2012). *Narrativa transmedia*. Barcelona: Portalcomunicacion.com.  
<http://www.hipertexto.info>
- Lamarca Lapuente, María Jesús. (2013). *Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Madrid: UCM.
- Manovic, Lev. (2001). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, Marshall y Powers, B.R. (2005). *La aldea global*. España: Gedisa.
- Montagu, Arturo, et al. (2006). *Cultura digital. Comunicación y sociedad*. Buenos Aires: Paidós.
- Negroponte, Nicholas. (2010). *El mundo digital (El ser digital)*. España: Sine Quan Non.
- Pardo, Neyla G (2013). *Los bordes en la significación discursiva y la mediación mediatizada*. Bogotá: Gedisa.
- Scolari, Carlos. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Sfez, Lucien. (2000). *Comunicación*. México: Ediciones Cruz.
- Sibilia, Paula. (2006). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Sitio Web: <http://hipermediaciones.com>
- Sotolongo Codina, Pedro Luis y Delgado Díaz Carlos Jesús. (2006). *La complejidad y el diálogo transdisciplinario de saberes Capítulo IV*. Colombia: Biblioteca Virtual Clacso.

### Complementario:

- Lazar, Judith. (1995). *La ciencia de la comunicación*. México: Publicaciones Cruz.
- Sivera, Silvia. (2012). *La adolescencia del marketing viral*. Barcelona: Portalcomunicacion.com.
- Turkle, Sherry. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*, España: Paidós.



