

**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**  
**Licenciatura en Gestión de la Información en Redes**  
**Sociales, 2017**



Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:

**Enunciación discursiva**

Elaboró: Dr. en C.I.C. Carlos González Domínguez

---

Fecha de  
aprobación

H. Consejo Académico  
28 de Mayo de 2019  
Acta (700)

H. Consejo de Gobierno  
28 de Mayo de 2019  
Acta (778)

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Consejo Académico  
PRESIDENCIA

Consejo Académico  
SECRETARÍA



## 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.	9





### I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

Licenciatura **Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales**

Unidad de aprendizaje **Enunciación discursiva** Clave **LGS013**

Carga académica	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Período escolar en que se ubica **1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Seriación **Teoría del discurso**

**Ninguna**

UA Antecedente

UA Consecuente

### 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

### Formación común



No presenta



## II. Presentación del programa de estudios

La Unidad de Aprendizaje Enunciación discursiva propone los elementos teóricos para acercar al estudiante a la concepción del discurso y el lenguaje, a través de la enunciación y de los diferentes modos de la organización discursiva, en la que se puede identificar la práctica y el funcionamiento de los saberes y poderes discursivos.

La construcción de todo tipo de discursos es la noción y tema central para los modelos analíticos e interpretativos en el conjunto de fenómenos que integran las prácticas sociales y comunicativas, por ello la Unidad de Aprendizaje busca generar ejercicios de performatividad.

La Unidad de Aprendizaje tiene como propósito facilitar al estudiante los elementos teóricos con los que se comprende la construcción de todo tipo de discursos, a través de los cuales toda sociedad desarrolla sus actividades, proyectos y anhelos.

Esta Unidad de Aprendizaje permitirá ubicar el fenómeno de la discursividad como un evento sociológico, histórico y político, el cual puede identificarse y aprehenderse en todos los textos de los discursos, permitiendo al alumno poner en práctica estos elementos dentro del campo laboral en la creación de mensajes de alto impacto.

## 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 de 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 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.

Elaborar textos con base en criterios editoriales, discursivos y de diseño, en integración con las estrategias de la información para la sociedad en red.

### VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.

<b>Unidad 1. Discurso y lenguaje</b>
<b>Objetivo:</b> Distinguir el concepto y el discurso a través de la enunciación y el enunciado para la construcción y funcionamiento del discurso como práctica
<b>Contenidos:</b> 1.1 Contrucción del concepto. 1.2 Construcción social del discurso. 1.3 El aparato forma de la enunciación. 1.4 Enunciación y enunciado. 1.4 La situación de enunciación.





### Unidad 2. Discurso como institucionalización.

**Objetivo:** Analizar el contexto de lenguaje para identificar la institucionalización del discurso, a través de reconocer la práctica discursiva y cómo se legitima por los saberes y poderes para su representación en códigos.

**Contenidos:**

- 2.1 Análisis contextual del lenguaje.
- 2.2 Institucionalización del discurso.
- 2.3 Legitimación del discurso (universo de significaciones).
- 2.5 La importancia de los códigos discursivos.
- 2.6 Saber representar por los códigos.

### Unidad 3. Los modos de organización discursiva.

**Objetivo:** Analizar los diferentes modos de organización discursiva, a través de contextos socio-históricos que permitan abordar estrategias y prácticas del discurso (para generar ejercicios de performatividad).

**Contenidos:**

- 3.1 Modos de organización discursiva.
- 3.2 Estrategias discursivas.
- 3.3 Pragmática del discurso.
- 3.4 La performatividad: hacer cosas con palabras.







## VII. Acervo bibliográfico.

### Básico:

- Adam, Jean-Michel. (2000). *La argumentación publicitaria: retórica del elogio y de la persuasión*. Madrid: Cátedra.
- Austin, Jonh L. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras: palabras y acciones*. Barcelona: Paidós.
- Benveniste, Émile. (2002). "La comunicación", en *Problemas de lingüística general II*. México: Siglo XXI.
- Eco, Umberto. (1972). *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen.
- Foucault, Michel. (2009). *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.
- Foucault, Michel. (2015). *Saber, historia y discurso*. Buenos Aires: Prometeo.
- Foucault, Michel. (1995), *Historia de la sexualidad II*. México: Siglo XXI.
- Foucault, Michel. (1966), *Les mots et les choses. Une archéologie des sciences humaines*. Paris: Gallimard.
- Foucault, Michel. (1992), *El orden del discurso*, Tusquets: Buenos Aires. (En línea: <http://www.bdp.org.ar/facultad/catedras/cp/tis/680.pdf>).

### Complementario:

- Charaudeau, Patrick y MAINGUENEAU, Dominique. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrurto.
- Ducrot Oswald y Todorov, Tzvetan. (1974). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. México: Siglo XXI.
- VAN Dijk, Teun. (2009). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.





Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)

Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



VIII. Mapa curricular



Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)

Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



3.9 Mapa curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes sociales, 2017

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
Gestor 3 1 4 7	Gestión informática 1 4 7	Gestión financiera 1 4 7	Gestión de la información 1 4 5	Teoría de la decisión 1 4 7	Búsqueda estadística 1 4 10	Inteligencia artificial 1 4 5	Toma de decisiones estratégicas 1 4 10	Proyecto de aprendizaje 1 4 10
Marketing 2 2 4 6	Marketing especial 2 2 4 6	Marketing especial 3 4 5	Marco normativo de la información 4 2 6 10	Investigación de mercados 1 3 4 7	Gestión de comunidades virtuales 1 3 4 5	Inteligencia artificial 1 4 5	Inteligencia artificial 1 4 10	Inteligencia artificial 1 4 10
Psicología social 4 0 4 8	Psicología del consumidor 4 7	Teorías y modelos de comunicación 4 4 4 8	Teoría del discurso 4 2 6 8	Enunciación discursiva 0 4 4 4	Métricas de medios sociales 1 3 4 5	Marketing digital 1 4 5	Marketing digital 1 4 10	Marketing digital 1 4 10
Sociología de la información y del comunitario 4 0 4 8	Teorías de las redes sociales 5 1 5 11	Semiótica 4 0 4 8	Teoría del discurso 4 2 6 8	Diseño gráfico 2 2 4 4	Planes de contingencias 1 3 4 5	Marketing digital 1 4 5	Marketing digital 1 4 10	Marketing digital 1 4 10
Programación 1 3 4 5	Teoría de grafos 3 1 4 7	Bases de datos 1 3 4 8	Lógica 4 0 4 8	Seguridad en las tecnologías de la información y comunicación 1 3 4 5	Dellos cibernéticos 4 0 4 8	Marketing digital 1 4 5	Marketing digital 1 4 10	Marketing digital 1 4 10
Algebra lineal 4 0 4 8	Estadística descriptiva 4 2 5 10	Estadística inferencial I 4 4 4 8	Estadística inferencial II 4 4 4 8	Inteligencia artificial 1 3 4 5	Minería de datos 1 2 3 4	Marketing digital 1 4 5	Marketing digital 1 4 10	Marketing digital 1 4 10
	Inglés 5 2 2 4 6	Inglés 6 2 2 4 6	Inglés 7 2 2 4 6	Inglés 8 2 2 4 6	Herramientas cuantitativas para la toma de decisiones 2 2 4 4	Inteligencia artificial 1 4 5	Inteligencia artificial 1 4 10	Inteligencia artificial 1 4 10
						Objetivo 1 1 4 5	Objetivo 2 1 4 10	Objetivo 3 1 4 10
						Objetivo 4 1 4 5	Objetivo 5 1 4 10	Objetivo 6 1 4 10

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

SECRETARÍA DE DOCENCIA

CONSEJO ACADÉMICO

PRESIDENCIA

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

SECRETARÍA DE DOCENCIA

CONSEJO ACADÉMICO

SECRETARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

SECRETARÍA DE DOCENCIA

CONSEJO ACADÉMICO

SECRETARÍA