

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:

**Teorías de las redes sociales**

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

Fecha de  
aprobación

HH. Consejos  
Académico y de  
Gobierno  
14/Dic/2016

H. Consejo Universitario

31/Ene/2017







## II. Presentación del programa de estudios

La unidad de aprendizaje analizará el origen y funcionamiento socio-histórico de las redes sociales, mediante teorías conocidas como generativas de la sociedad, para identificar la importancia de los procesos, elementos y factores informativos y comunicativos de la sociedad en red. De igual forma, los elementos teóricos de la UA permitirán al estudiante comprender el tipo de información que se genera en la sociedad, identificando necesidades y posibles orientaciones que pueden proyectarse comunicativamente en la sociedad en red.

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

Núcleo de formación:	Básico
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:

Promoverá en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

Forma de evaluar:





**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 origen y funcionamientos socio-histórico de las redes sociales mediante teorías sociológicas, antropológicas e históricas, para identificar sus elementos y factores de procesos informativos y comunicativos.

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

<b>Unidad 1. Introducción a las redes sociales</b>
<b>Objetivo:</b> Revisar el concepto redes sociales desde la sociología, la antropología y la historia, para reconocer su inexorable importancia como parte constitutiva de las sociedades.
<b>Contenidos:</b> 1.1 Conceptualización 1.2 Historia de las redes sociales 1.3 Sociología de las redes sociales 1.4 Antropología de redes sociales (política, economía y cultura)
<b>Unidad 2. Conceptualización de Comunidad</b>
<b>Objetivo:</b> Identificar las diferentes conceptualizaciones a lo largo de la historia.
<b>Contenidos:</b> 2.1 Alexis de Tocqueville 2.2 Ferdinand de Tönnies 2.3 Max Weber 2.4 Emile Durkheim 2.5 Roberto Esposito





### Unidad 3 Comunidad versus Comunidad en Línea

**Objetivo:** Identificar las especificidades entre la comunidad tradicional y la comunidad en línea y retener sus funcionamientos en el sistema social contemporáneo.

**Contenidos:**

3.1 Conceptualización de comunidad virtual.

3.2 Comunidad vs comunidad en línea: aproximaciones teóricas.

## VII. Acervo bibliográfico

### Básico:

Aristote. (2009). *La política*. Panamericana: Bogotá

Durkheim, E. (2012). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Fondo de Cultura Económica: México.

Esposito, R. (2003). *Communitas: origen y destino de la comunidad*. Amorrurto: Buenos Aires.

Habermas, J. (2001). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*, Cátedra: Madrid.

Luhmann, N. (2005). *Organización, decisión, acción y entendimiento comunicativo*, Antropos: Madrid.

Tocqueville, A. (2010). *La democracia en América*, Trotta: Madrid.

Tonnies, F. (2010). *Comunidad y asociación*, Comares: Madrid.

Weber, M. (2014). *Economía y sociedad*, Fondo de Cultura Económica: México

### Complementario:

Breton, P. (2011). *The Culture of the Internet and the Internet as Cult: Social Fears and Religious Fantasies*, Hide:

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza: Madrid.

Mattelart, A. (1995). *La invención de la comunicación*. Siglo XXI: México.

Neveu, É. (1994). *Une société de communication?*, Montchrétien: Paris.

Sfez, L. (1992). *La comunicación*, Presses Universitaires de France/Publicaciones Cruz: México.

