



TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN II

Especialista en contenido:	LIC. JUAN CARLOS GARCÍA	AUTORIZADO POR: VICE-RECTORADO ACADÉMICO (FIRMA Y SELLO)
Fecha de elaboración:	JUNIO, 2.001	
Elaborado por:	LIC. JUAN CARLOS GARCÍA	

FUNDAMENTACION

El presente programa orientará a los alumnos en el conocimiento de los procesos comunicativos – elementos y estructuras esenciales en la sociedad contemporánea. Al igual les permitirá analizar la información dentro de sus implicaciones políticas y sociales, tomando en cuenta el rol que han asumido los medios de comunicación social, los comunicadores sociales y la sociedad. Civil a nivel internacional y nacional.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Analizar el papel de los medios de comunicación como formadores activos de la sociedad, así como los efectos de las modernas tecnologías aplicadas a los procesos comunicacionales de la sociedad humana.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA		RECONOCER EL PENSAMIENTO CONTEMPORÁNEO EN CUANTO AL PROCESO COMUNICACIONAL Y SU INFLUENCIA.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
10 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Conocer las escuelas contemporáneas de la comunicación social. 2. Reconocer la importancia del proceso de la comunicación y la información en la conformación social contemporánea.	- Escuelas: Psico-lingüística. Política. Teoría general de los sistemas. - Nuevos modelos en comunicación.	- Revisión Bibliográfica. - Exposiciones. - Análisis de lectura. - Trabajo grupal.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Realización de trabajo de síntesis a partir de bibliografía diversa.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN		ANALIZAR EL IMPACTO QUE EN LA COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA HAN TENIDO LAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL ALMACENAMIENTO Y RECUPERACIÓN DE INFORMACIÓN.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
10 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Describir las características de la sociedad de la información. 2. Reconocer las características del sistema de información mundial. 3. Analizar el impacto que la comunicación contemporánea con la influencia de las nuevas tecnologías de almacenamiento y recuperación de información.	• Tecnologías aplicadas a la comunicación. • Redes de información. • Banco de datos. • Internet como nuevo medio de comunicación.	• Revisión Bibliográfica. • Exposiciones. • Análisis de lectura. • Trabajo grupal.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Trabajo de investigación. • Exposiciones.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN		ANALIZAR LOS ESTUDIOS QUE ABORDAN LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN CENTRÁNDOSE EN SUS IMPLICACIONES POLÍTICO – SOCIAL.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Identificar como la sociedad a través de sus instituciones valora y participa en el desarrollo político – social. 2. Comprender como los medios de comunicación periodística y sociedad civil intervienen en los cambios políticos.	• Política en la estructura social – cultural y sociedad ideológica. • Ideología y la cultura como mercancía, telenovela, cómicos. • Actores socio – políticos: Medios comunicacionales sociales, sociedad civil.	• Análisis de lecturas, charlas. • Discusión, lectura (análisis). • Revisión Bibliográfica. • Discusión.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Actividades grupales. • Pruebas escritas.			

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN		IDENTIFICAR LAS INVESTIGACIONES QUE GENERAN CONOCIMIENTO EN EL ÁREA SOCIAL A PARTIR DEL ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN. OFRECER AL ESTUDIANTE CONCEPTOS SOBRE SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS Y SU FUNCIÓN SOCIAL PARA UNA MEJOR INTERPRETACIÓN DE UNA REALIDAD SOCIAL.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Identificar el aporte de la sociología al estudio del fenómeno comunicacional. 2. Reconocer la importancia que tiene en la conformación social los procesos de comunicación e información. 3. Interpretar importancia de la opinión pública.	• Sociología de la comunicación audiencia – mercado. • Producción de mensajes. • Información. • Propaganda. • Publicidad. • La opinión pública como proceso.	• Exposiciones. • Discusión, grupal. • Revisión Bibliográfica.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Exposiciones grupales. • Pruebas escritas.			

UNIDAD V		OBJETIVO TERMINAL	
INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN		APLICAR CONOCIMIENTO TEÓRICO CONTEMPORÁNEO EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN CONTEMPORÁNEA.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
40 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Interpretar autores contemporáneos que producen conocimiento al proceso comunicativo. 2. Identificar la importancia de la investigación en los procesos de comunicación e información en América latina. 3. Investigación en medios y procesos de comunicación nacional.	• Apocalípticos e integrales Eco Humberto. • Comunicación y cultura. Fernando Socrates, Ramiro Beltrán, Enrique Bustamante Ramírez. • Teoría de la acción comunicativa.	• Lecturas asignadas. • Discusiones. • Investigación. • Medios impresos. • Medios electrónicos. • Publicidad y RR:PP. • Efectos de los medios. • Medios masivos. • Internet. • Contenido.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Investigaciones asignadas por equipo.			

BIBLIOGRAFIA

Corran Gurevitch. **Sociedad y Cultura de Masas**. Fondo de Cultura Económica. México. 1981.

Defleur Melvia. **Teoría de la Comunicación Masiva**. Editorial Paidós. Buenos Aires. 1975.

Eco Humberto. **Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas**. Editorial Lumen. Barcelona. España. 1975.

Habermas Jürgen. **Teoría de la Acción Comunitaria. Complemento y Estudios Previos**. Editorial Cátedra. España 1984.

Mahelart. A. y Mattelart. M. **Historias de las Teorías de Comunicación**. Editorial Paidós. Barcelona España. 1997.

Moragas Miguel. **Sociología Comunicación**. Editorial Gustavo Gill. 1986.

Verón Eliseo. **Construir el acontecimiento**. Editorial Gedisa. Buenos Aires. 1983.