



SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

CÓDIGO ASIGNADO	SEMESTRE	U.C	DENSIDAD HORARIA					THS/SEM	PRE - REQUISITO
			PRESENCIAL			SEMIPRESENCIAL			
			H.T	H.P/H.L	H.A	H.V	H.P		
SOC-532	V	3	3	0	0	29	19	3/48	TCI-433

Especialista en contenido:	LIC. ROSA VERÓNICA GODOY		AUTORIZADO POR: VICE-RECTORADO ACADÉMICO (FIRMA Y SELLO)
Fecha de elaboración:	ENERO, 2007		
Elaborado por:	Unidad curricular	Decanato	

FUNDAMENTACION

El presente programa instruccional de Sociología de la Comunicación brinda una visión global del área de la sociología y la comunicación de masa como un fenómeno sociológico. También establece el estudio de la evolución de la sociedad y la relación con los procesos comunicacionales, los enfoques críticos, los funcionalistas, los estructuralistas y la globalización, así como el surgimiento y la aplicación de las nuevas tecnologías en el área comunicacional, a fin del que el egresado en la carrera de comunicación social sea capaz de ubicar en el contexto actual, la relación entre las ciencias de la comunicación y las demás ciencias sociales, fortaleciendo las herramientas como futuro investigador.

El programa está estructurado en tres unidades temáticas, las cuales ofrecen al estudiante los siguientes conocimientos:

- I Unidad: Sociedad y Comunicación Colectiva.
- II Unidad: Enfoques y Análisis de la Comunicación de Masas.
- III Unidad: Sistemas de Comunicación de Masas.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Proporcionar un marco conceptual sociológico que permita el diagnóstico y la valoración de los procesos de la comunicación colectiva y su función social.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN		ANALIZAR LA INTERRELACIÓN ENTRE LA SOCIEDAD Y LA COMUNICACIÓN COLECTIVA.	
DURACION			
6 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Establecer el enfoque y campo de la Sociología de la Comunicación. 2. Articular teóricamente el subsistema de Comunicación Colectiva en el conjunto de la estructura social. 3. Estudiar las transformaciones culturales y la influencia de los medios de Comunicación.	- Definir la sociología. - Comunicación colectiva. - Estructura social. - Orden social y político. - Transformación cultural. - Medios de comunicación.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		- Lectura dirigida. - Discusión guiada. - Estudio de casos.	•Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
Ensayo. Taller Exposiciones		- Cuestionario en línea - Foros de discusión en línea. - Subida de archivos en el aula virtual - Examen Presencial - Wiki - Videos - Skype - Blogs	

	UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
ENFOQUES Y ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS			IDENTIFICAR LOS PRINCIPALES ENFOQUES QUE HAN ORIENTADO EL ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS, EVALUANDO SUS APORTES Y LIMITACIONES.	
DURACION				
4 SEMANAS				
EVALUACION				
30 %				
OBJETIVOS ESPECIFICOS		CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Estudiar el enfoque funcionalista de la Comunicación de Masas y los resultados más relevantes de sus investigaciones. 2. Analizar el enfoque crítico de la Comunicación de Masas y los cuestionamientos sobre la industria cultural. 3. Estudiar el enfoque estructuralista y los aportes de la semiótica en el análisis de la Cultura de Masas.		- Enfoque funcionalista. - Enfoque crítico. - Enfoque estructuralista. - Visión latinoamericana de los diferentes enfoques	PRESENCIAL - Lectura dirigida. - Discusión guiada.	SEMIPRESENCIAL - Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN				
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL		
Ensayo Foro Taller		- Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia		

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
SISTEMAS DE COMUNICACIÓN DE MASAS		ESTUDIAR EL ESTADO DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN DE MASAS, CON ESPECIAL ÉNFASIS EN AMÉRICA LATINA Y VENEZUELA.	
DURACION			
6 SEMANAS			
EVALUACION			
40 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer las tendencias y los aportes de la investigación en sistemas de comunicación en América Latina y Venezuela. 2. Diagnosticar las organizaciones y redes de la difusión masiva. 3. Analizar los procesos de conformación de públicos y la influencia de los medios masivos en la sociedad.	• Sistemas de comunicación. • Tecnología y sociedad. • Organizaciones y redes de la difusión masiva. • Influencia de los medios masivos en la sociedad. • Globalización-desafíos, efectos sociales e implicaciones comunicacionales.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		• Lectura dirigida. Discusiones grupales.	•Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
Conversatorio. Ensayo. Exposiciones.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

BIBLIOGRAFÍA

Bisbal M. y Jesús M. Aguirre. **La Ideología como Mensaje y Masaje.** Monte Ávila Editores. 1998.

De Monagas Miguel. **Sociología de la Comunicación de Masas.** Editorial Gustavo Gilis. 1993.

Lozano Rendón José Carlos. **Teoría e Investigación de la Comunicación.** Editorial Alambra Mexicana. Editorial Alambra Mexicana. 1996.

Mújica Héctor. **Sociología de la Comunicación.** Editorial UCV. 1980.

Pascuali Antonio. **Bienvenido Global Village.** Monte Ávila Editores. 1998.

Pascuali Antonio. **Comprender la Comunicación.** Editorial Ariel. 1978.

Paoli Antonio. **Comunicación.** Editorial Edicol. 2da edición. México. 2001.