



| | | | | |
|---|---------------------------------|----------|--------------------------------------|-------|
| UNIDAD | CUAJIMALPA | DIVISION | CIENCIAS DE LA COMUNICACION Y DISEÑO | 1 / 3 |
| NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION | | | | |
| CLAVE | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE | | CRED. | 8 |
| 4501009 | TEORIAS DE LA COMUNICACION II | | TIPO | OBL. |
| H. TEOR. 4.0 | SERIACION | | TRIM. | |
| H. PRAC. 0.0 | | | II AL VI | |
| | 4501005 | | | |

OBJETIVO(S) :

General:

Que al final de la UEA el alumno sea capaz de:

Identificar y comprender los enfoques y modelos teóricos de análisis de los procesos de comunicación en sus contextos políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos.

Específicos:

Que al final de la UEA, el alumno sea capaz de:

1. Identificar los debates teóricos en torno al fenómeno de la comunicación y sus consecuencias políticas y socioculturales.
2. Articular y diferenciar los enfoques teórico-metodológicos que se han ocupado del estudio de la comunicación, enfatizando en las implicaciones económicas políticas y socioculturales.

CONTENIDO SINTETICO:

1. Escuela de Toronto.
 - 1.1 Historia y soportes tecnológicos del conocimiento y la comunicación.
 - 1.2 El medio es el mensaje.
 - 1.3 Ecología de medios.
2. Estructuralismo.
 - 2.1 Lenguaje, discurso y comunicación.
 - 2.2 Crítica del análisis estructuralista.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 461

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

2.3 El análisis socio-semiótico.

3. Los Estudios Culturales.

3.1 Premisas y orígenes de los estudios culturales.

3.2 Codificación-decodificación.

3.2 El énfasis en los consumos e identidades.

4. La Economía Política de la Comunicación.

4.1 Tradiciones y abordajes.

4.2 Los medios como industrias culturales.

4.3 Poder, concentración mediática y políticas de comunicación.

MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

- Exposición temática del profesor.
- Exposición grupal.
- Investigación documental.
- Reportes de lectura.
- Participación de los alumnos.
- Entrega de trabajos escritos.
- Entrega de trabajos prácticos.
- Uso de tecnologías para el aprendizaje.

MODALIDADES DE EVALUACION:

Evaluación Global:

- Reportes escritos de los trabajos realizados durante las sesiones de clase.
- Tareas individuales.
- Evaluaciones periódicas.
- Participación en las discusiones.
- Evaluación final.

Evaluación de Recuperación:

- El alumno deberá presentar una evaluación que contemple todos los contenidos de la UEA.
- No requiere inscripción previa a la UEA.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 461

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

1. Albornoz, L (2011). Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Barcelona: Paidós.
2. Curran, J., Morley, D. y Walkerdine, V. (1998). Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y posmodernismo. México: FCE.
3. Elizondo, J. (2009). La Escuela de comunicación de Toronto: comprendiendo los efectos del cambio tecnológico. México: Ed. Siglo XXI.
4. Ferguson, M., y Golding, P. (Eds.). (1998). Economía política y estudios culturales. Barcelona: Bosch.
5. Golding, P. y Murdock, G. (1990). Pobreza informativa y desigualdad política: la ciudadanía en la era de las comunicaciones privatizadas. Comunicación y Sociedad, 9, 53-62.
6. Hall, S. y Mellino, M. (2011). La cultura y el poder. Conversaciones sobre cultural studies. Buenos Aires: Amorrortu.
7. Hall, S. y Du Gay, P. (2003). Cuestiones de identidad cultural. Buenos Aires: Amorrortu.
8. Hall, S. (1980). Codificar y decodificar. Culture, media y language. England: Contemporary Cultural Studies.
9. Leach, E. (1993). Cultura y comunicación: la lógica de la conexión de los símbolos: una introducción al uso del análisis estructuralista en la antropología social. México: Siglo XXI.
10. Maigret, E. (2005). Sociología de la Comunicación y de los Medios, México: FCE.
11. McLuhan, M. (2009). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humanos. Barcelona: Paidós.
12. McQuail, D. (2010). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. (6a. ed.) Barcelona: Paidós.
13. Neveu, É. y Mattelart, A. (2004). Introducción a los estudios culturales. Barcelona: Paidós.
14. Ricoeur, P. (2004). Teoría de la interpretación: discurso y excedente de sentido. México: Siglo XXI.
15. Schütz, A. (1996). El problema de la realidad social. Buenos Aires: Amorrortu.
16. Sebeok, T. y Umiker-Sebeok, J. (1994). Sherlock Holmes y Charles S. Peirce. El método de la investigación. Barcelona: Paidós.
17. Wolf, M. (1994). La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Barcelona: Paidós.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 361

EL SECRETARIO DEL COLEGIO