

UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON "EMILIANO ZAPATA"

LICENCIATURA		EN TRABAJO SOCIAL Y COMUNITARIO					
MATERIA	COMUNICACIÓN SOCIAL			LINEA CURRICULAR			
TETRAMESTRE	NOVENO	CLAVE	LTS-114	SERIACION	LTS-110		
HTS	3	HPS	2	THS	5	CREDITOS	
						7	

OBJETIVO DE LA MATERIA	Que el estudiante comprenda la importancia de los procesos de comunicación, identificando los elementos psicosociales que le permitan diseñar procedimientos, instrumentos y técnicas que contribuyan a desarrollar la interacción social.
-------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

TIEMPO ESTIMADO	NOMBRE Y OBJETIVO DE LA UNIDAD	TEMAS Y SUBTEMAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
9 hrs.	I. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN	<p>A. Pensamiento y lenguaje</p> <p>B. Diferencia entre proceso y producto comunicativo</p> <p>C. Sociogénesis de la comunicación</p> <p>D. Diferencia entre comunicación e información</p> <p>E. Modelos de la comunicación (Desde la teoría Hipodémica hasta la Escuela de Palo Alto)</p> <p>F. Fases del proceso de la comunicación</p>	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación del tema</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Elaboración de trabajos individuales y grupales</p>	<p>ALVAREZ, TIMOTEO HISTORIA Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XX, México, Ed. Comulense, 2002.</p> <p>BAENA, GUILLEMINA Y MONTERO OLIVAREZ, S. COMUNICACIÓN PARA LA SALUD. UNA ESTRATEGIA PARA LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA, México, Ed. Patria, 2001.</p> <p>BARTOLOME, ANTONIO VIDEOINTERACTIVO, EL AUDIOVISUAL Y LA INFORMÁTICA AL ENCUESTRO, Barcelona, España, Ed. Larousse, 2000.</p> <p>BERLO, DAVID EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN, México, Ed. El Ateneo, 2000</p>
9 Hrs.	II. LA INTERDEPENDENCIA DE LA COMUNICACIÓN CON EL PROCESO CULTURAL	<p>A. Las distintas mediaciones en el proceso de la comunicación (familia, amigos, medios masivos, otras instituciones públicas y privadas)</p> <p>B. La importancia de la difusión de los mensajes a través de los medios masivos en los modos de percibir y de ser</p>	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación del tema</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Elaboración de trabajos individuales y grupales</p>	

8 Hrs.	IR. ASPECTOS PSICOSOCIALES QUE INFLUYEN EN EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	<p>(propaganda, publicidad y opinión pública)</p> <p>C. Propuesta de análisis de mensajes y medios masivos</p> <p>D. Nuevos instrumentos tecnológicos</p> <p>E. La norma y la censura de los medios</p> <p>A. El proceso de percepción</p> <p>B. La percepción directa y sustituta</p> <p>C. Elementos que facilitan y obstaculizan el proceso de comunicación</p> <p>D. Los distintos usos del lenguaje en la elaboración y recepción de un comunicado</p>	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación del tema</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Elaboración de trabajos individuales y grupales</p>	<p>BRAY KEY, WILSON LA ERA DE LA MANIPULACIÓN, México, Ed. Osona, 2000.</p> <p>BRYANT JENNINGS, ZILMANN LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Barcelona, España, Ed. Paidós, 2003.</p> <p>COLIN SPARKS (COMP) LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN: UN DESAFÍO PARA LA LIBERTAD DE LA PRENSA, Estados Unidos de Norteamérica, Ed. UNESCO, 2001.</p> <p>DAVIS, FLORA COMUNICACIÓN NO VERBAL, México, Ed. Alianza, 2001.</p> <p>ECO, HUNBERTO SEGUNDO DIARIO MÍNIMO, México, Ed. Lumen, 2002.</p> <p>FERRER, EULALIO EL LENGUAJE DE LA PUBLICIDAD, México, Ed. Fondo de Cultura Económica, 2004.</p>
8 Hrs.	IV. GENERACIÓN DE PROCESOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	<p>A. Caracterización de los receptores y referencialidad</p> <p>B. El proceso de enunciación y la persuasión</p> <p>C. Proceso interactivo de comunicación</p>	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación del tema</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Elaboración de trabajos individuales y grupales</p>	<p>FERRER, EULALIO EL LENGUAJE DE LA PUBLICIDAD, México, Ed. Fondo de Cultura Económica, 2004.</p>
8 Hrs.	V. ESTRATEGIAS, TÉCNICAS Y RECURSOS DE COMUNICACIÓN PARA LA INTERVENCIÓN DEL TRABAJADOR SOCIAL	<p>A. Estrategias de comunicación</p> <p>B. Conocimiento de los medios de acuerdo a su lenguaje: oral, escrito, gráfico y corporal</p> <p>C. Diseño y presentación de un proyecto de comunicación en un campo de intervención específico</p>	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación del tema</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Elaboración de trabajos individuales y grupales</p>	<p>BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA</p> <p>BOAL, AUGUSTO TEATRO DEL OPRIMIDO, México, Ed. Nueva Imagen, 2001.</p>

			<p>CHÁVEZ CHÁVEZ, ESTEBAN MANUAL PARA LE ELABORACIÓN DE PERIODICO MURAL. México. Ed. ILCE. 2000.</p> <p>COMUNICA PARA COMUNICARNOS MEJOR CURSO POPULAR DE INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN. Ed. Comunica. s/f.</p> <p>CURIEL, FERNANDO LA ESCRITURA RADIFÓNICA. MANUAL PARA EL GUIONISTA. México. Ed. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales- Universidad Nacional Autónoma de México. 2004.</p> <p>DONDIS DONDIS, A LA SÍNTESIS DE LA IMAGEN. Barcelona, España. Ed. Gustavo Gili. 2000.</p> <p>KAPLAN, MARIO EL COMUNICADOR POPULAR. Buenos Aires, Argentina. Ed. Humanitas. 2001.</p> <p>ROA, ARMANDO LA CULTURA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Chile. Ed. Pontificia Universidad Católica de Chile. 2001.</p>
--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

RECURSOS DIDÁCTICOS: Elaboración, internet, libros

EVALUACIÓN: Dos evaluaciones una de medio término y una final que equivalen al 50%, cada una con calificación final integrada por (2) exámenes. con valor de 30% cada uno. evaluaciones rápidas, trabajos, investigaciones de equipo 10%, trabajo final 20 %.