



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA
SECRETARÍA ACADÉMICA UNIVERSITARIA
Coordinación General de Evaluación, Innovación y Calidad Educativa
UNIDAD ACADÉMICA PSICOLOGÍA MAZATLÁN
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA



PROGRAMA DE ESTUDIOS

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

UNIDAD DE APRENDIZAJE O MÓDULO	COMUNICACIÓN SOCIAL		
Clave:	4531		
Horas y créditos:	Teóricas: 50	Prácticas: 30	Estudio Independiente: 48
	Total de horas: 128	Créditos: 8	
Competencia (s) del perfil de egreso a las que aporta.	<p>E4. Evalúa las características psicológicas del sujeto y los grupos, que permitan la intervención profesional, disciplinar e interdisciplinar, desde una perspectiva integradora.</p> <p style="padding-left: 20px;">4.3. Analiza los discursos y diversas formas de comunicación, para argumentar las acciones de intervención, utilizando las herramientas que identifican las características psicológicas de los sujetos y los grupos.</p> <p>E5. Realiza investigación básica y/o aplicada en torno a problemáticas de la psicología, para contribuir al desarrollo científico de la disciplina, el sujeto, la sociedad y la naturaleza, atendiendo sus distintos niveles, ámbitos y enfoques.</p> <p style="padding-left: 20px;">5.5 Difunde los avances y resultados de investigación, para intercambiar y retroalimentar los conocimientos generados, en los diversos sectores, utilizando diferentes medios de comunicación.</p> <p>E9. Diseña y desarrolla planes, proyectos y programas de intervención psicológica para prevenir y resolver problemas de carácter individual, grupal, comunitario y social, a partir de recuperar los aportes conceptuales y metodológicos pertinentes a nivel intradisciplinar, multi e interdisciplinar.</p> <p style="padding-left: 20px;">9.1 Analiza el contexto donde se desarrollan las conductas individuales y colectivas recuperando los aportes conceptuales y metodológicos que le permiten diseñar e implementar planes y programas de intervención previniendo y corrigiendo problemas inter e intrapersonales, utilizando los modelos y formatos de proyectos de intervención.</p>		
Ubicación	QUINTO SEMESTRE – FASE PROFESIONALIZANTE		
Unidades de aprendizaje relacionadas	Teoría e intervención grupal Influencia Social		
Responsables de elaborar y/o actualizar el programa:	<p>Elaboración: César Jesús Burgos Dávila Verónica Hernández Jacobo Adán Jaques Zamudio Karla María Urías Aguirre</p> <p>Actualización: Francisco Guerrero</p>		
Fecha de:	Elaboración: Agosto de 2013	Actualización: Septiembre 2016	
2. PROPÓSITO			

Al concluir la unidad de aprendizaje de *Comunicación Social*, se espera que el estudiante cuente con los conocimientos teóricos-metodológicos para analizar discursos contenidos en diversos contextos. Además, se pretende que el estudiante adquiera habilidades para comunicar los productos de su trabajo de investigación. Esto, a través de reportes de investigación, pósters científicos y presentaciones orales. También, el estudiante deberá integrar los contenidos temáticos con otras unidades de aprendizaje. Así, el resultado final será una investigación realizada sobre algún campo de la comunicación social.

3. COMPONENTES DE LA COMPETENCIA

Teóricos:	<ul style="list-style-type: none"> - Comprende los elementos básicos que configuran la comunicación social. - Conoce y discute a nivel teórico los modelos, enfoques y principios básicos de la comunicación. - Reconoce el valor de las Tecnologías de la Información y Comunicación en nuestras formas de comunicación, socialización y organización de movimientos sociales. - Comprende la relevancia psicosocial de la publicidad y la propaganda en la configuración de la opinión pública.
Prácticos:	<ul style="list-style-type: none"> - Comunica, difunde y divulga los productos de su trabajo siguiendo los parámetros indicados por APA. - Articula los elementos teóricos con problemáticas o situaciones de su contexto. - Identifica una problemática psicosocial relacionada con la Comunicación Social y la estructura como un problema de investigación. - Elabora un proyecto de investigación sobre aspectos relacionados con la comunicación social.
Actitudinales:	<ul style="list-style-type: none"> - Es crítico y reflexivo en la tarea investigativa. - Colabora en equipo. - Se interesa por la actualización del conocimiento en la Psicología. - Comparte, discute y difunde sus avance investigación en un contexto inmediato

4. CONTENIDOS

1- LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN

1.1. Objetivos específicos:

1.2. Temática a tratar.

- 1.2.1. Los modelos técnicos
- 1.2.2. Los modelos lingüísticos
- 1.2.3. Los modelos psicosociológicos
- 1.2.4. Los modelos interablantes

2- INTERACTIVIDAD Y DINÁMICA DE LA COMUNICACIÓN

2.2. Objetivos específicos

2.3. Temática a tratar:

- 2.3.1. Estructura de la interacción
- 2.3.2. Dinámica de transacciones
- 2.3.3. Equilibrio y regularización
- 2.3.4. Juego y estrategias

3- LA COMUNICACIÓN COMO RELACIÓN INTERSUBJETIVA

3.1. Objetivos específicos

3.2. Temática a tratar

- 3.2.1. la fenomenología existencial
- 3.2.2. La aproximación psicoanalítica
- 3.2.3. El interaccionismo simbólico

4- PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN

4.1. Objetivos Específicos

4.2. Temática a tratar:

- 4.2.1. Redes y estructuras de comunicación en grupos
- 4.2.2. La comunicación
- 4.2.3. Los rumores

5-. COMUNICACIÓN MASAS

5.1. Objetivos específicos:

5.2. Temática a tratar

- 5.2.1. Niveles de análisis
- 5.2.2. Audiencia y mensaje
- 5.2.3. Los sistemas de comunicación

6-. LA COMUNICACIÓN HUMANA EN EL MUNDO CONTEMPORÁNEO

6.1. COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

- 6.1.1. Importancia del estudio de la comunicación intercultural
- 6.1.2. Orígenes de la comunicación intercultural
- 6.1.3. Avances en el estudio de la comunicación intercultural
- 6.1.4. Problemas teóricos para definir la comunicación intercultural
- 6.1.5. Compresión de la comunicación intercultural
- 6.1.6. Práctica de la comunicación intercultural
- 6.1.7. referencias
- 6.1.8. Mapa Conceptual
- 6.1.9. Comunicación en acción

6.2. COMUNICACIÓN PERSUASIVA

- 6.2.1. Intención y persuasión
- 6.2.2. Intentos de influir
- 6.2.3. Actitudes
- 6.2.4. Fases de la persuasión
- 6.2.5. Variables de las personas que interviene en el proceso de persuasión
- 6.2.6. Variables del mensaje en el proceso de persuasión
- 6.2.7. Estrategias del mensaje eficaz
- 6.2.8. La otra cara de la moneda: hacer a la gente resistente a la persuasión
- 6.2.9. Referencias
- 6.2.10. Mapa conceptual
- 6.2.11. Comunicación acción

6.3. COMUNICACIÓN Y CAMBIO SOCIAL

- 6.3.1. Un nuevo paradigma del desarrollo
- 6.3.2. Difusión de innovación
- 6.3.3. Tecnología de la comunicación y cambio social
- 6.3.4. Referencias
- 6.3.5. Mapa conceptual
- 6.3.6. Comunicación en acción

6.4. TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

- 6.4.1. Sobre el concepto de tecnología
- 6.4.2. Desarrollo de los medios tradicionales de la comunicación
- 6.4.3. La revolución tecnológica
- 6.4.4. Nuevas tecnologías de comunicación
- 6.4.5. Las computadoras electrónicas como instrumentos de la comunicación

- 6.4.6. Efectos de las nuevas tecnologías en los humanos
- 6.4.7. Referencias
- 6.4.8. Mapa conceptual
- 6.4.9. Comunicación en acción

2. ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA DESARROLLAR LAS COMPETENCIAS

Acciones del docente:

- Propiciar debate y reflexión a partir de los contenidos abordados en exposiciones.
- Sintetizar y reforzar aquellos contenidos que no se abordaron en profundidad por los estudiantes.
- Al final de cada unidad temática, el docente impartirá una clase magisterial que integre las exposiciones de los estudiantes. Se entregará las evidencias del trabajo a los estudiantes (diapositivas, escritos y materiales en los que basa sus argumentos).

Acciones del estudiante:

- Lecturas previas al tiempo de clase, evidencia de lectura (mapa conceptual, resumen, cuestionario, cuadro sinóptico).
- Exposición por equipos con tiempos de 15-20 min. con los puntos centrales de la lectura asignada, elaborando presentación con lineamientos APA 6ta. Ed., presentar evidencia integradora.
- Los estudiantes deberán entregar reportes sobre prácticas que integren los contenidos y reflexiones teóricas de cada unidad.

6. EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

6.1. Evidencias de aprendizaje	6.2. Criterios de desempeño	6.3. Calificación y acreditación
<p>Comprende el proceso de la comunicación social como parte de los fenómenos psicosociales Conoce y discute a nivel teórico los modelos, enfoques y principios básicos de la comunicación. Retoma estrategias teórico-metodológicas del análisis de contenido. Conoce los antecedentes históricos-psicosociales de la propaganda y la publicidad. Valora la propaganda y la publicidad como generadores de opinión pública y configurador de multitudes. Reconoce los elementos de la persuasión para el análisis de propaganda, publicidad y discursos. Reflexiona sobre el control y las relaciones de poder en los medios. También sobre distintas formas de subvertir el orden y el control cultural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Evidencias de lecturas (ensayo, mapa conceptual, resumen, cuestionario, cuadro sinóptico). - Presentaciones por equipo, con evidencia integradora. - Análisis de las estrategias persuasivas en productos de consumo. - Análisis de las estrategias persuasivas en los discursos políticos. 	<p>Es obligatorio cumplir con el 80% de asistencia para ser evaluado.</p> <p>Exposición de unidades temáticas por equipo y evidencia de lectura individual por unidad = 20%</p> <p>Práctica 1: Observación y análisis de material audiovisual sobre rumores = 10%.</p> <p>Práctica 2: Análisis de estrategias persuasivas publicitarias y políticas = 10%.</p> <p>Práctica 3: Observación y análisis sobre uso de las tecnologías en la vida cotidiana. Ensayo sobre película Red Social = 10%.</p> <p>Reporte final siguiendo criterio de APA 6ta Edición: informe de</p>

	investigación escrito; exposición oral; póster de divulgación = 50%.
--	----------------------------------------------------------------------

Medios de registro: Rúbricas, listas de cotejo, portafolio

7. FUENTES DE INFORMACIÓN

UNIDAD 1. LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN

- Marc, Edmond & Picard, Diminique (1989): “Los modelos de la comunicación” en LA INTERACCIÓN SOCIAL. Cultura, instituciones y comunicación: ediciones Paidós; Barcelona, España; pp. 21-37.

UNIDAD 2. INTERACTIVIDAD Y DINÁMICA DE LA COMUNICACIÓN

- MARC, Edmond y PICARD, Dominique (1989): “la aproximación sistemática” en LA INTERACCIÓN SOCIAL. Cultura, instituciones y comunicación; Edición Paidós; Barcelona; España; pp. 39-57.

UNIDAD 3. LA COMUNICACIÓN COMO RELACIÓN INTERSUBJETIVA

- MARC. Edmond y PICARD, Dminique (1989). “la relación intersubjetiva” en la INTERACCIÓN SOCIAL. Cultura, instituciones y comunicación. Ediciones Paidós; Barcelona, España; pp.59 -77.

UNIDAD 4. PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN

- FISCHER. Gustave-Nicolas (1990): “la comunicación social. Conceptos fundamentales; NARCEA, s.a. de Ediciones: pp. 137-149.

UNIDAD 5. COMUNICACIÓN MASAS

- ROUQUETTE. Michel-Louis (1985). “la comunicación de masas” En PSICOLOGÍA SOCIAL II Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales; conjunto dirigido por Serge Moscovic; Ediciones Paidós; Barcelona, España pp. 627-547.

UNIDAD 6. COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

- Fernández, C; Galguera, L. (2008). La comunicación humana en el mundo contemporáneo. México; Mc Graw Hill. Tercera edición.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- FISCHER, Gustave-Nicolas (1990): “la comunicación social” en PSICOLOGÍA SOCIAL. Conceptos fundamentales; MARCEA, S.A. de ediciones: pp. 125-155.
- RIME, Benard (1985): “lenguaje y comunicación” en PSICOLOGÍA SOCIAL II, pensamiento y vida social: Psicología social y problemas sociales: conjunto dirigido por Serge Moscovici; Ediciones Paidós; Barcelona, España.
- Mosvici, Serge (1981): “La comunicación y las leyes del lenguaje.

8. PERFIL DEL PROFESOR

Licenciatura en Psicología. Especialización y estudios de postgrado (Maestría y/o Doctorado) en Psicología Social.