

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

**CENTRO UNIVERSITARIO DE
DIVISIÓN DE
DEPARTAMENTO DE
CARRERA DE LIC. EN PERIODISMO**



PROGRAMA DE ESTUDIO POR COMPETENCIAS

Teorías de la cultura



Universidad Guadalajara
Centro Universitario de

2. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Centro Universitario:

Centro Universitario de

Departamento:

Academia:

Nombre de la unidad de aprendizaje:

Teorías de la cultura

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor en créditos:
_____	51	17	68	8

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Carrera	Prerrequisitos :
<input type="checkbox"/> C = curso <input type="checkbox"/> CL = curso laboratorio <input type="checkbox"/> L = laboratorio <input type="checkbox"/> P = práctica <input type="checkbox"/> T = taller <input type="checkbox"/> CT = curso – taller <input type="checkbox"/> N = clínica <input type="checkbox"/> M = módulo <input type="checkbox"/> S = seminario	<input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Técnico Superior <input type="checkbox"/> Licenciatura <input type="checkbox"/> Especialidad <input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado	<input type="checkbox"/> <u>Periodismo</u> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

Área de formación:

Elaborado por:

Revisado por:

Fecha de elaboración:

Noviembre de 2011

Fecha de última actualización:

2. PRESENTACIÓN

El curso de teorías de la cultura tiene por objeto brindar conocimientos que permitan discernir sobre el significado de la cultura, así su relación con las teorías y los procesos de la comunicación.

3. UNIDAD DE COMPETENCIA

Comprende las características y los significados de la cultura, así como su relación con los procesos y teorías de la comunicación.

4. ATRIBUTOS O SABERES

<i>Saberes</i>	Contenidos
<i>Teóricos</i>	Reconoce la cultura desde distintos enfoques y disciplinas, como la antropología, la historia y la comunicación.
<i>Prácticos</i>	Identifica y analiza los discursos y las características de la cultura.
<i>Formativos</i>	Comprende los conceptos de cultura y la comunicación, y es capaz de utilizarlos para la interpretación de discursos y prácticas.
<i>Metodológicos</i>	Razona y utiliza métodos para interpretación de fenómenos culturales

1. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO

Contenido teórico práctico	
Temas	Subtemas
Cultura	Definiciones de cultura Enfoques culturales: antropología, sociología, historia y comunicación.
Paradigmas, teorías y enfoques en ciencias sociales	La sociedad de masas y la teoría de la bala mágica. Teoría de la aguja hipodérmica y el modelo comunicativo de Lasswell. Teorías de la influencia selectiva y socialización. El modelo en dos fases (two step flow). La sociología funcionalista de los medios

Contenido teórico práctico	
Teorías de la comunicación	Los modelos matemáticos de Shannon y Weaver
	El estructuralismo Los estudios culturales y las industrias culturales La comunicación de masas La espiral del silencio Usos y gratificaciones
La sociedad de la información	Las nuevas tecnologías de la información La economía informacional Los medios de comunicación en la sociedad de la información

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

7.Evidencias de aprendizaje	8.Criterios de desempeño profesional	9.Campo de aplicación

10. CALIFICACIÓN

Unidad de competencia

11. ACREDITACIÓN

--

12. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Alsina, Rodrigo Miquel (1995). Los modelos de la comunicación. Madrid: Tecnos.

Berger, Peter L., y Thomas Luckmann (2004). La construcción social de la realidad. Barcelona: Amorrortu editores.

Castells, Manuel (1999). La era de la información. México: Siglo XXI.

Fleur Melvin L. y S.J. Ball-Rokeach (2001). Teorías de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.

Goffman, Erving (2001). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Barcelona: Amorrortu editores.

Lasswell, Harold D. (1994). Estructura y función de la comunicación en la sociedad. en Miquel de Moragas Spà. *Sociología de la comunicación de masas . II Estructura, funciones y efectos* . México: G. Gili.

Lazarsfeld, Paul y Robert K. Merton (1994). "Comunicación de masas, gustos populares, y acción social organizada" en Miquel de Moragas Spà (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*. México: G. Gili.

KATZ, Elihu y Paul F. Lazarsfeld (1979). La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas, 1ª

edición, Barcelona, Editorial HispanoEuropea.
McCombs, Maxwell (1996). La influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. en Jennings Bryant (Ed.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, de . Barcelona: Paidós.
McQuail, D. (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona: Paidós.
Matterlart, Armand y Michèle Matterlart (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona: Paidós.
Noelle-Neumann, Elisabeth (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
Rubin, Alan M. (1996). Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificación, en Jennings Bryant (Ed.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, de . Barcelona: Paidós.
Schramm, Wilbur (ed.) (1954): *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana (EE.UU.): University Illinois Press.
Wolf, Mauro (2002). La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas. Barcelona: Paidós.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

13. VINCULACIÓN CON OTRAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

--