

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>MATERIA:</b>	<b>COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD RED</b>				
<b>CENTRO ACADÉMICO:</b>	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
<b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO:</b>	COMUNICACIÓN				
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	LIC. EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA ESTRATÉGICA				
<b>AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>	2019	<b>SEMESTRE:</b>	CUARTO	<b>CLAVE DE LA MATERIA:</b>	27883
<b>ÁREA ACADÉMICA:</b>	SEMIÓTICA, TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN		<b>PERIODO EN QUE SE IMPARTE:</b>	ENERO – JUNIO	
<b>HORAS SEMANA T/P:</b>	2/2		<b>CRÉDITOS:</b>	6	
<b>MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:</b>	PRESENCIAL		<b>NATURALEZA DE LA MATERIA:</b>	TEÓRICA - PRÁCTICA	
<b>ELABORADO POR:</b>	PATRICIA JANET PADILLA ORNELAS – ALEJANDRO GARCÍA MACÍAS ACTUALIZADO POR: MARÍA ISABEL CRUZ GUINEA				
<b>REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:</b>	SEMIÓTICA, TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN		<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	ENERO DE 2025	

## DESCRIPCIÓN GENERAL

Asignatura teórico-práctica que aborda la complejidad de los fenómenos globales y sus impactos sobre las organizaciones e instituciones, y específicamente sobre sus procesos de comunicación. El estudiante reflexionará, desde la perspectiva del campo de la comunicación, sobre los factores geográficos, políticos, económicos, tecnológicos, laborales, sociales y culturales asociados a la noción de la sociedad red, a efecto de ser capaz de desarrollar estrategias, acciones y productos comunicativos con enfoques macro y de procesos globales, con énfasis en la comunicación intercultural en los planos personal, grupal y organizacional. Se relaciona con asignaturas previas como Desarrollo de habilidades de comunicación, Teoría social y problemas contemporáneos, Teorías de la comunicación organizacional, y es fundamento para consecutivas como Herramientas de clase mundial, Teorías de la comunicación III: Discusiones actuales y Relaciones públicas y *networking* corporativo. A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

## OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, el estudiante identificará los efectos de la globalización en las organizaciones y analizar sus tendencias, y tendrán los conocimientos y habilidades para desarrollar estrategias comunicativas pertinentes para empresas e instituciones en la sociedad red, así como para realizar programas, intervenciones y mediaciones de comunicación intercultural entre personas, grupos y organizaciones, con humanismo y disposición para el trabajo en un clima de diversidad, pluralidad y multiculturalidad.

**CONTENIDOS DE APRENDIZAJE**

<b>UNIDAD TEMÁTICA I: COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CULTURALES GLOBALIZADAS (16 horas aprox.)</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
El alumno contextualizará los problemas centrales de la comunicación de la sociedad red en un ámbito global de subsistencia.	2.1 La sociedad red 2.1.1 Características 2.1.2 Ventajas y desventajas 2.2 Comunicación global 2.3 Poder duro y poder blando 2.4 Economía política de la comunicación 2.5 Esfera pública global 2.6 El nuevo orden mundial	Manuel Castells. (1998). The Rise of the Network Society (The Information Age: Economy, Society, Culture; v.1). Oxford: Blackwell Publishers. 594 p. ISBN 0631221409. Joshua Cooper Ramo. (2016) 'The Seventh Sense: Power, Fortune and Survival in the Age of Networks'. Little, Brown and Company: New York. ISBN: 978-0316285063. 352 pages. Steven Johnson (2012) Future Perfect: the Case for Progress in a Networked Age. Riverhead Books: New York. ISBN 978-1-59463-184-9. 230 p.

<b>UNIDAD TEMÁTICA II: LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL. TEORÍAS Y CONTEXTOS. (16 HORAS APROX.)</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
El alumno discutirá en torno a los elementos conceptuales para comprender la comunicación intercultural como objeto de estudio.	1.1 Cultura y Comunicación 1.2 Concepto de cultura 1.3 El proceso de comunicación y el valor cultural 1.4 Campo de estudio de la comunicación intercultural 1.5 Dimensiones relevantes de la comunicación intercultural 1.6 Acercamiento teórico a la comunicación intercultural 1.7 Cultura nacional y el enfoque comunicativo	Ellis Richard, y Ann McClintock (1993). Teoría y práctica de la comunicación humana. Editorial. Paidós, Primera Edición, España. Fernández Collado, Carlos (2001). La comunicación humana en el mundo contemporáneo. Ed. McGraw Hill, Segunda Edición, México. Klein, Naomi. No Logo. Editorial Paidós. Buenos Aires, 2001. McEntee, Hielen. Comunicación Intercultural. Bases para la comunicación efectiva en el mundo actual. Ed. Mc. Graw Hill. México, 1998. McLuhan, Marshall, Quentin Fiore. El medio es el mensaje (sic). Un inventario de efectos. Ed. Paidós. España, 2001.



<b>UNIDAD TEMÁTICA III: DIVERSIDAD Y MULTICULTURALIDAD EN LAS ORGANIZACIONES (16 horas aprox.)</b>		
<b>OBJETIVO PARTICULAR</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
El alumno examinará los elementos teóricos básicos de la diversidad y multiculturalidad en las organizaciones transnacionales.	3.1 La cultura organizacional y su transmisión 3.2 Integración y adaptación cultural 3.3 Diferencias culturales 3.4 El trabajo como espacio de interacción cultural 3.5 Motivaciones culturales en la organización 3.6 Sistemas organizaciones y su adaptación cultural	Bauman, Zygmunt. Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica. México, 2000. Edmund Leach. Culture and Communication: The Logic by Which Symbols are Connected (1976). Cambridge University Press. Gámez Gastélum, Rosalinda. Comunicación y cultura Organizacional en empresas chinas y japonesas. Edición electrónica gratuita, 2007. Texto completo en <a href="http://www.eumed.net/libros/2007a/221">www.eumed.net/libros/2007a/221</a>

<b>UNIDAD TEMÁTICA IV: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN GLOBAL (16 horas aprox.)</b>		
<b>OBJETIVO PARTICULAR</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
El alumno identificará las estrategias de comunicaciones básicas para la aplicación en las empresas en un entorno global.	4.1 Instituciones supranacionales 4.2 Información, tecnología y conocimiento compartido en las organizaciones globales. 4.3 RP Tradicionales y Digitales: Relaciónate con tus públicos 4.4 Marketing Digital 4.5 Periodismo de Marca 4.6 Entrenamiento en Medios 4.7 Manejo de Crisis 4.8 El manejo de la comunicación interna	Molina Cañabate, Juan Pedro (2011) Introducción a la comunicación institucional a través de Internet. Grupo 5 Editorial. Pérez, R. A. (2001) Estrategias de Comunicación, Ariel Comunicación, Barcelona. Díez Frejeiro, Sara. (2006) Técnicas de comunicación: La comunicación en la empresa. Ideas propias Editorial. Marín Calahorro, Francisco (2005) Gestión técnica y de la comunicación en situaciones especiales, crisis, emergencias y negociación. Editorial Fragua.

### **METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE**

Al ser una materia teórico-práctica, es importante señalar que en todas las sesiones es imprescindible la participación de los estudiantes. El profesor fomentará la discusión y reflexión sobre los contenidos del programa, a través de sesiones expositivas y tipo seminario, propiciando el intercambio de ideas con expertos sobre las temáticas abordadas. Para ello será necesario que los alumnos realicen la lectura y análisis de los textos y materiales que les sean proporcionados o sugeridos por el profesor, de manera previa a las sesiones correspondientes. Igualmente, se destinarán sesiones para el trabajo colaborativo de análisis, reflexión y elaboración de productos académicos en pequeños grupos.



## RECURSOS DIDÁCTICOS

---

- a) Plataforma Teams o aula virtual
- b) Computadoras y otros dispositivos
- c) Presentaciones del profesor, invitados y alumnos
- d) Videos
- e) Películas
- f) Materiales complementarios de lectura
- g) Recursos visuales

## EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

---

Primer examen parcial 25%  
Segundo examen parcial 25%  
Trabajos, reportes de lectura y participaciones en clase 25%  
Trabajo Final 25%

## FUENTES DE CONSULTA

---

### **BÁSICAS:**

1. Dobkin, Bethami A. y Roger C. Pace (2007). Comunicación en un mundo cambiante. Editorial McGraw Hill, Segunda Edición, México.
2. Ellis Richard, y Ann McClintock (1993). Teoría y práctica de la comunicación humana. Editorial. Paidós, Primera Edición, España.
3. Fernández Collado, Carlos (2001). La comunicación humana en el mundo contemporáneo. Ed. McGraw Hill, Segunda Edición, México.
4. Ferrer, Eulalio (2003). Información y comunicación. Editorial Tezontle, Tercera reimpresión, México.
5. McEntee, Eileen (2004). Comunicación oral. Editorial McGraw Hill, Segunda Edición, México.
6. Montoya, José (2011). Teoría y Práctica de las Competencias Básicas. Editorial: Graó, Barcelona.
7. Díez Frejeiro, Sara. (2006) Técnicas de comunicación: La comunicación en la empresa. Ideaspropias Editorial.
8. Paola Rojas Lobo. La comunicación interna: una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones. Universidad Estatal Costa Rica, 2011. Dowling, Grahame (1994) Corporate reputations: strategies for developing the corporate brand. London: Kogan Page.
9. Gestión comunicacional basada en la cultura organizacional e identidad corporativa de la UNA. Revista de Ciencias Sociales Vol. 12 (2), 2006, edited by de Jiménez, Graciela Perozo, Red Universidad del Zulia, 2006. ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3209056>.
10. Molina Cañabate, Juan Pedro (2011) Introducción a la comunicación institucional a través de Internet. Grupo 5 Editorial
11. Ocampo, V. M. C. (2014). Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones (2a ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
12. Pérez, R. A. (2001) Estrategias de Comunicación, Ariel Comunicación, Barcelona.
13. Baca, G. (1995). Evaluación de Proyectos. México: Mc. Graw Hill.
14. Davidson, J. (2000). La nueva dirección de proyectos. Herramientas para una era de cambios rápidos. Barcelona: Garnica.
15. Pérez, Rafael Alberto (2008). Estrategias de Comunicación (4ta. ed.). Editorial Ariel.
16. Klein, Naomi. No Logo. Editorial Paidós. Buenos Aires, 2001.
17. McEntee, Hielén. Comunicación Intercultural. Bases para la comunicación efectiva en el mundo actual. Ed. Mc. Graw Hill. México, 1998.
18. McLuhan, Marshall, Quentin Fiore. El medio es el mensaje (sic). Un inventario de efectos. Ed. Paidós. España, 2001.
19. Bauman, Zygmunt. Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica. México, 2000.



20. Edmund Leach. Culture and Communication: The Logic by Which Symbols are Connected (1976). Cambridge University Press.
21. Gámez Gastélum, Rosalinda. Comunicación y cultura organizacional en empresas chinas y japonesas. Edición electrónica gratuita, 2007. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2007a/221/](http://www.eumed.net/libros/2007a/221/)
22. Manuel Castells. (1998). The Rise of the Network Society (The Information Age: Economy, Society, Culture; v.1). Oxford: Blackwell Publishers. 594 p. ISBN 0631221409.
23. Joshua Cooper Ramo. (2016) 'The Seventh Sense: Power, Fortune and Survival in the Age of Networks'. Little, Brown and Company: New York. ISBN: 978-0316285063. 352 pages.
24. Steven Johnson (2012) Future Perfect: the Case for Progress in a Networked Age. Riverhead Books: New York. ISBN 978-1-59463-184-9. 230 p.

## COMPLEMENTARIAS:

1. De La Graza Toledo, Enrique. Tratado latinoamericano de sociología del trabajo. Fondo de Cultura Económica. México, 2000.
2. Grijelmo, Alex. La punta de la lengua. Críticas con humor sobre idioma y Diccionario. Santillana Ediciones, Colección Punto de Lectura. España, 2004.
3. McLuhan, Eric y Zingrone, Frank. McLuhan. Escritos esenciales. Ed. Paidós. España, 1998.
4. Simmons, Annette. Juegos Territoriales. Ed. Mc. Grw Hill. México, 1998.

## ARTÍCULOS PARA TAREAS Y EJERCICIOS DE REFLEXIÓN:

- Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política” de Manuel Castells  
[https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/pyp/wpcontent/uploads/sites/64/2020/05/Castells\\_Comunicacion-poder-y-contrapoder-en-lasociedad-red.pdf](https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/pyp/wpcontent/uploads/sites/64/2020/05/Castells_Comunicacion-poder-y-contrapoder-en-lasociedad-red.pdf)
- “Pautas de integración cultural y política de la sociedad de medios masivos en la sociedad red” de Luis Núñez Ladevéze  
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/577>
- “La sociedad y la comunicación desde la perspectiva de Manuel Castells de sociedad red” de José Luis Flores Torres  
<http://publicaciones.anahuac.mx/sintaxis/article/view/405>
- “Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red” de Silvia Lago Martínez  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791968>
- “COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD RED: LA CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA DE LA REALIDAD” de Maximiliano FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ  
<https://www.redalyc.org/pdf/3221/322127619013.pdf>
- **"La información ya no es lo que era. Diez propuestas sobre el periodismo en la Sociedad Red"** de José Alberto García-Avilés  
<http://www.revistaec.eu/index.php/raeic/article/view/114>
- “El storydoing como estrategia publicitaria innovadora en la sociedad red” de Antonio Rodríguez-Ríos y Patricia Lázaro Pernias  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8201258>