

UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON "EMILIANO ZAPATA"

LICENCIATURA	EN BANCA Y FINANZAS					LINEA CURRICULAR	COMUNICACION
MATERIA	PRINCIPIOS DE COMUNICACION						
SEMESTRE	SEGUNDO	CLAVE	COM-102	SERIACION	NO TIENE		
PST:	3	FSP:	2	THS	5	CREDITOS	7

OBJETIVO DE LA MATERIA	El estudiante conocerá y desarrollará las habilidades de comunicación a nivel interpersonal y organizacional, con el que distinguirá el sentido y los elementos esenciales de las diferentes prácticas de comunicación logrando así diseñar su futuro e identidad.
-------------------------------	--

TIEMPO ESTIMADO	NOMBRE Y OBJETIVO DE LA UNIDAD	TEMAS Y SUBTEMAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
10hrs	<p>1. La comunicación y el lenguaje humano.</p> <p>El estudiante conocerá la comunicación diaria en los distintos procesos comunicativos, de los actos lingüísticos básicos y la ontología del lenguaje con el fin de comprender el objeto de modificar la comunicación haciéndola más efectiva</p>	<p>1.1. La comunicación y sus derivados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación Interpersonal. • Comunicación Masiva. • Comunicación Grupal y Organizacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de temas • Trabajos en equipo • Actividades en el aula y al aire libre • Exposiciones de Casos • Discusiones grupales de casos, lecturas, y otros temas a tratar • Realimentación del proceso • Investigación de tema 	<p>Ellis, R. y McClintock, A. Teoría y prácticas de la comunicación humana. Barcelona: Paidós(2003).</p> <p>Martin Algarra, M. Teoría de la comunicación: una propuesta. Madrid: Technos. (2003).</p> <p>Martelart, A. y Martelart, M. Historia de las Teorías de la Comunicación. Barcelona: Paidós. (2002).</p> <p>Curran, J., Gurevitch, M. y Woollicock, J. (eds.). Sociedad y comunicación de masas. México: FCE. (1999).</p>
10hrs	<p>2. Teorías de la comunicación</p> <p>El estudiante identificará los diferentes modelos de teorías de la comunicación, a fin de organizar las perspectivas para solucionar los problemas en comunicación</p>	<p>2.2. Comunicación como concepto y como proceso</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teoría y proceso de investigación. - Paradigmas de la comunicación. - Evaluación de teorías. 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposición de temas - Trabajos en equipo - Actividades en el aula y al aire libre - Exposiciones de Casos - Discusiones grupales de casos, lecturas, y otros temas a tratar. - Realimentación del proceso - Investigación de tema 	<p>Martelart, A. y Martelart, M. Historia de las Teorías de la Comunicación. Barcelona: Paidós. (2002).</p> <p>Curran, J., Gurevitch, M. y Woollicock, J. (eds.). Sociedad y comunicación de masas. México: FCE. (1999).</p>

14hrs.	<p>1.- Comunicación El poder de la palabra</p> <p>El estudiante conocerá las necesidades de una comunicación, más efectiva a través de ejercicios realizados en el aula</p>	<p>3.3 El lenguaje</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los modismos - La comunicación - Comunicación interpersonal 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposición de temas - Trabajos en equipo - Actividades en el aula y al aire libre - Exposiciones de Casos - Discusiones grupales de casos, lecturas, y otros temas a tratar. - Realimentación del proceso - Investigación de tema 	<p>De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. Teorías de la comunicación de masas. México: Paidós (1999).</p> <p>Comunicación.</p> <p>De Moragas, M. Sociología de la comunicación de masas I, Escuelas y Autores. México: G. Gilli. (2000).</p> <p>De Moragas, M. (ed.). Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y Efectos. México: G. Gilli. (2000).</p>
14hrs.	<p>4.- Teoría de la Comunicación desarrollo de los estudios empíricos y su influencia. Con el objetivo de analizar y comprender la influencia de los estudios empíricos de la MASS COMMUNICATIONS RESEARCH, para comprender sus efectos en los medios de comunicación en la investigación de la comunicación, con el objeto de comprender sus efectos en los medios.</p>	<p>4.4. Sociedad MASS COMMUNICATIONS RESEARCH . .</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teoría del refuerzo - Flujo de dos pasos - Usos y gratificaciones - Efectos de violencia en los medios - Efectos limitados - Estimulo - Aprendizaje por observación - Cultivo - Otras teorías 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposición de temas - Trabajos en equipo - Actividades en el aula y al aire libre - Exposiciones de Casos - Discusiones grupales de casos, lecturas, y otros temas a tratar. - Realimentación del proceso - Investigación de tema 	<p>De Moragas, M. Sociología de la comunicación de masas. III. Propaganda política y opinión pública. México: G. Gilli. (2000).</p>
12hrs.	<p>5.- La comunicación</p> <p>El estudiante identificará y comprenderá las características de los objetivos de los estudios profesionales en comunicación.</p>	<p>5.5. Antecedentes del estudio de la comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orientaciones Funcionalistas. - Modelos de comunicación - Audiencia activa - Enfoques críticos - Conductismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposición de temas - Trabajos en equipo - Actividades en el aula y al aire libre - Exposiciones de Casos - Discusiones grupales de casos, lecturas, y otros temas a tratar. - Realimentación del proceso - Investigación de tema 	<p>Lozano, J.C. Teoría e Investigación de la comunicación de masas. México: Alhambra Mexicana. (2000).</p>

12hrs.	6. Los códigos no verbales El estudiante identificará los códigos no verbales más comunes realizando ejercicios prácticos	6.6. Realización de ejercicio prácticos que le permitan establecer una comunicación - Códigos no verbales - el arte de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Exposición de temas - Trabajos en equipo - Actividades en el aula y al aire libre - Exposiciones de Casos - Discusiones grupales de casos, lecturas, y otros temas a tratar. - Realimentación del proceso - Investigación de tema 	
--------	--	---	---	--

RECURSOS DIDÁCTICOS: Pizarra, Infocus, laptop

EVALUACIÓN: Dos evaluaciones (una de medio término y una final) que equivalen al 50%, cada una con validación final integrada por 12) exámenes con valor de 10% cada una, evaluaciones rápidas, trabajos, investigaciones de equipo, 10%, trabajo final 20, %.