

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad o Escuela: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Programa de la Asignatura: Identidad Cultural e Identidad Corporativa

Semestre: Sexto

CLAVE:

Eje de conocimiento: Teórico-Analítica		Área por orientación de contenidos: Comunicación Organizacional		
Carácter: Obligatoria	Horas/Semanas/Semestre		Total de Horas al Semestre	Créditos 08
	Teóricas 4	Prácticas 0	64	
Modalidad: Curso	Tipo: Teórico			
Nombre de la asignatura con seriación indicativa antecedente: Ninguna				
Nombre de la asignatura con seriación indicativa subsecuente: Ninguna				
Objetivo: Al concluir esta asignatura los alumnos serán capaces de: Entender las nociones de transculturación, aculturación, imposición cultural, interculturalidad o intertextualidad y multiculturalidad. Reconocer la riqueza de los valores nacionales que por su autenticidad, unos, y su multiculturalidad, otros, han sido capaces de rebasar los límites de lo nacional. Identificar y delimitar rasgos fundamentales de la "cultura nacional", que pueden servir de base para su divulgación mundial. Entender la noción de identidad nacional y de cultura corporativa.				
Unidades				
Número de Horas Unidad 1 horas	Unidad 1 1. La cultura, el folklore y la cultura popular			
Número de horas Unidad 2 16 horas	Unidad 2 2. La transculturación, la aculturación y la imposición cultural			
Número de horas Unidad 3 4 horas	Unidad 3 3. Las culturas pasivas y las culturas participativas: el origen de la sociedad mexicana y de la sociedad norteamericana .			
Número de horas Unidad 4 4 horas	Unidad 4 4. La imposición cultural en México 4.1. El sometimiento cultural del mexicano: España, la iglesia, la televisión y los Estados Unidos.			
Número de horas Unidad 5 4 horas	Unidad 5 5. Las alternativas culturales fuera de la cultura oficial.			
Número de horas Unidad 6 4 horas	Unidad 6 6. La identidad nacional y la multiculturalidad del mexicano.			
Número de horas Unidad 7 4 horas	Unidad 7 7. La cultura norteamericana en México			

Número de horas Unidad 8 10 horas	Unidad 8 8. La cultura mexicana en los Estados Unidos
Número de horas Unidad 9 4 horas	Unidad 9 9. La organización social del trabajo en México y los Estados Unidos.
Número de horas Unidad 10 4 horas	Unidad 10 10. Los patrones de consumo del mexicano frente a los patrones de consumo norteamericanos.
Número de horas Unidad 11 4 horas	Unidad 11 11. La cultura norteamericana por televisión
Número de horas Unidad 12 4 horas	Unidad 12 12. El consumo y la cultura del ocio.
Número de horas Unidad 13 4 horas	Unidad 13 13. La noción de tiempo libre
Número de horas Unidad 14 4 horas	Unidad 14 14. La noción de cultura corporativa.
Número de horas Unidad 15 4 horas	Unidad 15 15. El posicionamiento
Número de horas Unidad 16 2 horas	Unidad 16 16. El “hombre organización”: el individuo, la familia, la empresa.
Número de horas Unidad 17 4 horas	Unidad 17 17. Las estructuras organizacionales de la corporación norteamericana: estructuras mecanicistas (verticales y jerarquizadas); estructuras orgánicas y de responsabilidad compartida.
Total de horas: 64	

Bibliografía Básica

García Canclini, Néstor (coordinador). *El consumo cultural en México*. México, CNCA, 414 PP. 1993.

Gimenez, Gilberto (compilador). *Antología sobre la cultura*. COMECSO, 1990.

Krotz, Esteban (coordinador). *El estudio de la cultura política en México*. (perspectivas disciplinarias y actores políticos). México en la cultura, 1996. (Colección Pensar la cultura) 446 pp.

Roda Fernández, Rafael. *Los medios de comunicación de masas*. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea. Siglo XXI, 407 pp. 1989.

Rositi, Franco. *Historia y teoría de la cultura de masas*. Barcelona. Gustavo Gili. 364 pp. 1986.

Bibliografía Complementaria

Franco Pellotier, Víctor. M. Jáuregui, Jesús y Olavarria, Ma. Eugenia. Coordinadores. *Cultura y Comunicación*. México. CIESAS-UAM-I. (Colección CSH) 571 p. 1996.

Martín Barbero, Jesús. *De los medios a la mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili. 300 pp. 1987.

Frost, Elsa Cecilia. *Las categorías de la cultura mexicana*. México, CCyDFL-UNAM. 1990.

Toscan Du Plantier, Daniel. *La emoción cultural*, México, CONACULTA-IMCINE, 1996.

Sugerencia de Enseñanza y de Aprendizaje

- Exposición oral
- Ejercicios dentro del aula
- Ejercicios fuera del aula
- Seminario

- Lecturas obligatorias
- Trabajos de investigación

Sugerencia para la evaluación de la asignatura

- Exámenes parciales
- Exámenes finales
- Trabajos y tareas fuera del aula
- Participación en clase
- Informe de investigación

Perfil profesiográfico de quienes pueden impartir la asignatura:

Licenciados en Ciencias de la Comunicación