

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2019-2020

ASIGNATURA: Sociología de la Comunicación

PROFESOR(ES): D. Alvaro Luna García

CURSO: 1

TPO: OP

CÓDIGO: 019803678

CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2019

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 21/01/2020 9:33:30

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

- Transmitir conocimientos sustanciales sobre cuestiones básicas de la Sociología: pobreza, desigualdad, sociedades postindustriales, sociedad-red, etc.
- Relacionar los conocimientos de lo aprendido en Sociología con una nueva mirada: la mirada de la comunicación masiva y la comunicación persuasiva.

Prácticos

- Reflexionar sobre campañas publicitarias que tengan por objeto cuestiones de interés de la Sociología: desigualdad, violencia, poder, nuevas tecnologías, etc.
- Aprender a analizar sociológicamente documento audiovisuales.
- Aprender de forma práctica sobre cuestiones de relevancia social como son: las instancias de auto-regulación audiovisual, las representaciones sociales de la pobreza y la desigualdad, etc.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

- Conocimiento de la historia y la evolución de la reflexiones existentes en torno al fenómeno de la comunicación mediada con una especial atención a la aproximación sociológica.
- Conocimiento, estudio y análisis de los procesos psicológicos básicos, sociológicos, psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación, atendiendo al propio ámbito y en su reflejo en los distintos públicos, así como de los modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.
- Capacidad para trabajar e interactuar en pequeños grupos de trabajo gestionando las responsabilidades y los plazos.
- Capacidad de reflexión crítica y análisis de documentos audio-verbo-visuales, especialmente, de naturaleza persuasiva

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

TEMA 1. SOCIEDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- La era de los Medios de Comunicación
- Medios de Comunicación y cambio social
- Teorías Sociológicas sobre medios de comunicación

- Las preguntas clave en el análisis de los MCM

TEMA 2. COMUNICACIÓN Y PODER

- Conexión entre poder y comunicación
- Poder político y medios: el caso de las guerras propagandísticas
- Globalización y medios de comunicación
- Identidad cultural y comunicación: el Imperialismo Cultural

TEMA 3. DESIGUALDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- El problema de la desigualdad mediática y la Brecha Digital
- Las alternativas mediáticas: medios alternativos y medios indígenas
- Los Medios de Comunicación como reproductores de la desigualdad:
 - o Racismo y xenofobia en los medios
 - o Desigualdad de género en los medios
 - o Desigualdad por razón de enfermedad y discapacidad

TEMA 4. PUBLICIDAD, SOCIEDAD E IMAGINACIÓN SOCIOLOGICA Sociedad de consumo y publicidad

- Mecanismos persuasivos de la publicidad
- La publicidad y el sistema de discursos
- Estudiar la publicidad con imaginación sociológica

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

CASTELLS, M. (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial

GONZÁLEZ RÍO, M.J. (2004) *Sociología de la Comunicación*. Madrid: Compás.

GIDDENS, A. (2008) *Sociología*. Madrid: Alianza.

MACIONIS, J. y PLUMMER, K. (2008)(3ªEd) *Sociología*. Madrid: Pearson.

LUCAS MARÍN, A.; GARCÍA GALERA, C. Y RUIZ SAN ROMÁN, J. A. (2003) *Sociología de la Comunicación*. Madrid: Trotta.

RAMONET, I. (2000) *La golosina visual*. Madrid: Debate

SERRANO, A. (2008) *Análisis de materiales audiovisuales. El caso de la publicidad*. Madrid: Síntesis.

SERRANO, M.M. (2017). *La producción social de la comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

- Clases teórico-magistrales
- Trabajo práctico en el aula con DOCUMENTOS DE REFLEXIÓN
- Trabajo práctico de mayor desarrollo planteado en el aula y realizado fuera del aula a través de las PRÁCTICAS (análisis, debate, revisión fimlográfica, diseño de campañas...)
- Tutoría Académica obligatoria en la que se revisa la progresión del alumnado en la asignatura

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será continua y el método de evaluación será eminentemente práctico. Para superar la asignatura hay que entregar y superar el examen con una nota mínima de 5:

- **4 PRÁCTICAS y/o DOCUMENTOS DE REFLEXIÓN (20%) (2 puntos):** Realizadas personalmente o en pequeños grupos (dentro y fuera del aula). Cada práctica es evaluada sobre 10 y supone 0,5 punto de la nota. Para ello, es obligatoria la asistencia. No se podrán hacer estos ejercicios sin asistir a clase.
- **ASISTENCIA Y PARTICIPACIÓN (20%) (2 PUNTOS)**
- **LIBRO OBLIGATORIO (20%) (2 puntos):** Examen de libro de lectura obligatoria
- **EXAMEN PRÁCTICO 40% (4 puntos):** Examen práctico de la asignatura que se superará individualmente.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Presentaciones Powerpoint
Documentación Impresa
Videos
Internet
Web o blog ajeno a Villanueva
Correo interno de Villanueva
Apuntes