Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Sociología de la Comunicación
Curso 2020/2021

Asignatura

Nombre Asignatura	Sociología de la Comunicación
Código	100000241
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2020)
Carácter	OPTATIVA
Curso	1

Profesores

Nombre	Patricia Lafuente Pérez

Universidad Villanueva

Datos Generales

OBJETIVOS TEÓRICOS

Esta materia pretende que, una vez los alumnos hayan cursado la asignatura de Sociología general, pongan el foco en los diferentes tipos de interacciones sociales y en sus efectos. Además, prestaremos especial atención al papel que desempeñan los medios de comunicación en diferentes ámbitos de nuestra vida y en las sociedades contemporáneas en general.

OBJETIVOS PRÁCTICOS

Los objetivos prácticos están relacionados con los contenidos teóricos de la asignatura. Se pretende que, a lo largo del curso, los alumnos:
1. Sean capaces de distinguir diferentes fenómenos comunicativos
2. Mejoren su capacidad analítica y crítica
3. Mejoren sus habilidades comunicativas, tanto de manera oral como escrita
4. Utilicen adecuadamente los recursos y fuentes de información de este ámbito de estudio

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

1. 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.
2. 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.
3. Capacidad para trabajar e interactuar en pequeños grupos de trabajo gestionando las responsabilidades y los plazos.
4. Capacidad de reflexión crítica y análisis de documentos, especialmente, de naturaleza persuasiva

CONTENIDO DEL PROGRAMA

1. INTRODUCCIÓN
2. COMUNICACIÓN Y VIDA COTIDIANA
3. ESTUDIOS SOBRE LA COMUNICACIÓN DE MASAS
4. COMUNICACIÓN Y PODER
5. LA ERA DE LA INFORMACIÓN Y LA SOCIEDAD RED

Universidad Villanueva

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

El sistema de evaluación consta de los siguientes elementos:

1. EXAMEN FINAL (40%). Criterios de evaluación: los alumnos deben demostrar su conocimiento sobre los contenidos teóricos explicados en clase durante el curso. Se tendrá en cuenta la corrección ortográfica y expresión escrita.
2. TRABAJO EN EQUIPO (25%). Criterios de evaluación: nivel de análisis e investigación así como habilidad de reflexionar sobre un tema de carácter social con un discurso persuasivo. Se tendrá en cuenta la ortografía y capacidad de expresión.
3. EJERCICIOS INDIVIDUALES (30%). No se avisará previamente y se realizarán en clase. En caso de que un alumno desee realizar el ejercicio posteriormente deberá justificar adecuadamente su falta de asistencia (por ejemplo, con un justificante médico). Criterios de evaluación: Se tendrá en cuenta la capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos y reflexionar.Ortografía y capacidad de expresión.
4. PARTICIPACIÓN Y ASISTENCIA A CLASE (5%). Criterio de evaluación: actitud activa y cooperativa del alumno

Es OBLIGATORIO obtener como mínimo un 5 en cada uno de los bloques: teórico (examen final) y práctico (trabajo en equipo, ejercicios individuales y participación) para aprobar la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

1. Si el alumno suspende el bloque teórico en primera convocatoria deberá realizar un EXAMEN FINAL que supondrá el 40%. Los criterios de evaluación son los mismos que en la primera convocatoria
2. Si el alumno suspende el bloque práctico en primera convocatoria deberá realizar determinados TRABAJOS INDIVIDUALES 60%. Los criterios de evaluación son los mismos que en la primera convocatoria.
3. Si el alumno suspende ambos bloques en primera convocatoria deberá realizar el examen final y los trabajos individuales.

ALUMNOS REPETIDORES

Es obligatorio que se pongan en contacto con la docente al comienzo del curso (en la primera o segunda semana) para conocer el calendario de entrega de trabajos y los contenidos obligatorios para el examen final.

El sistema de evaluación incluye:

1. EXAMEN FINAL (40%). Criterios de evaluación: los alumnos deben demostrar su conocimiento sobre los contenidos teóricos. Se tendrá en cuenta la corrección ortográfica y expresión escrita.
2. EJERCICIOS INDIVIDUALES (60%). Criterios de evaluación: Se tendrá en cuenta la capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos y reflexionar. Ortografía y capacidad de expresión.

Es obligatorio obtener un 5, como mínimo, en cada uno de los bloques para superar la materia.

IMPORTANTE EN TODAS LAS CONVOCATORIAS:

Normas aplicables a la redacción y a las faltas de ortografía, puntuación y acentuación en los trabajos y exámenes realizados por alumnos de los Grados de Comunicación

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario.

Universidad Villanueva

Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, la Dirección del Grado en Periodismo del Área de Comunicación ha aprobado adoptar como norma interna los siguientes criterios de calificación.
Normas aplicables
a) Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.
b) La ortografía será juzgada en su totalidad (letras, tildes y signos de puntuación) y valorada dentro de la capacidad de expresión del alumno.
c) Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:
i. Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio.
ii. Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.
iii. Por la reiteración de errores de puntuación se podrán deducir hasta dos puntos de la calificación del ejercicio, según la
apreciación del corrector.
Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	ECTS
Clases teóricas presenciales	48	8
Prácticas o seminarios presenciales	39	6,5
Tutorías y procesos de evaluación	39	6,5
Actividades formativas extralectivas	24	4
TOTAL	150	25

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Universidad Villanueva

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.

NOTA: A lo largo del curso, la docente indicará (en clase y a través de la intranet) más artículos académicos y textos de divulgación que todos los alumnos deben leer.