Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Sociología de la Comunicación
Curso 2022/2023

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

CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos

OBJETIVOS TEÓRICOS

- Conocer, desde un punto de visto teórico,cómo se generan los diferentes tipos de interacciones sociales (offline y online) y cuáles son sus efectos.
- Entender en profundidad el papel que desempeñan los medios de comunicación, en concreto la comunicación persuasiva, en diferentes ámbitos de la vida contemporánea, así como su estrecha vinculación con las modas y la sociedad de consumo.

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

BÁSICAS
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

GENERALES
CG1 - Conocimiento de la historia y evolución de la publicidad y las relaciones públicas a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.
CG3 - Conocimiento de los procesos de investigación e interrelacionales entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa.

TRANSVERSALES
CT1 - Capacidad para obtener provecho de las diversas fuentes de información al alcance del alumno en las distintas materias de estudio para maximizar su formación y alcanzar así un rendimiento óptimo en el plano académico, personal y, posteriormente, profesional.
CT2 - Capacidad para desarrollar un razonamiento crítico coadyuvante en cualquiera de los contextos que van a conformar su futuro profesional.
CT3 - Capacidad para la detección, el análisis y la resolución de problemas en cualquiera de los ámbitos que van a conformar la vida académica y profesional del alumno; y para la aplicación de métodos instrumentales de carácter interdisciplinar necesarios para ello.
CT5 - Capacidad para el trabajo e interactuación en equipos multi e interdisciplinares, contribuyendo a la consecución de los objetivos previamente establecidos, y revirtiendo sus resultados en el aprendizaje personal y colectivo.
CT6 - Capacidad para adquirir un compromiso ético a nivel personal y social, manifiesto tanto en su comportamiento académico, como en su futuro quehacer profesional.

ESPECÍFICAS
CE1 - Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de comunicación, expresión oral y la defensa de proyectos. En especial las utilizadas en la gestión publicitaria y de la comunicación empresarial e institucional con sus diversos públicos.
CE13 - 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

CONTENIDO DEL PROGRAMA

1. INTRODUCCIÓN
2. COMUNICACIÓN Y VIDA COTIDIANA
4. COMUNICACIÓN Y PODER
5. SOCIEDAD DE CONSUMO, MODAS Y TENDENCIAS, COMUNICACIÓN

Universidad Villanueva

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Denominación de la actividad	Nº horas	Presencialidad
Clases teóricas: exposición ejemplificada de los contenidos fundamentales de la materia. Se potenciará el debate, análisis y la participación por parte de los alumnos. Esta actividad se realizará con la presencia de la profesora en el aula	30	100
Clases prácticas: visualización y análisis de documentos visuales, lectura de textos o actividades de investigación. A lo largo del curso de plantearán actividades basadas en metodologías como el estudio de casos o aprendizaje basado en preguntas y retos. Estas actividades se realizarán mayoritariamente en el aula con la presencia de la profesora	30	60
Trabajos: tareas concretas para la consecución de los diferentes objetivos propuestos por la profesora. Se realizarán de forma individual o en grupo. Algunas de estas actividades se realizarán fuera del aula, sin la presencia de la profesora	30	50
Actividades de evaluación: test de evaluación continua, examen y exposiciones orales. Se realizarán con la presencia del profesor en el aula	6	100
Horas de estudio: actividades de memorización y análisis para afianzar los conceptos fundamentales. Se realizarán de forma individual y fuera del aula por parte de cada uno de los alumnos	45	0
Tutorías: sesiones individuales y en grupo en las que los alumnos pueden resolver las dudas que se hayan ido generando a lo largo del curso. Se realizarán con la presencia de la profesora en clase.	9	100

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 Y EXTRAORDINARIA FIN DE CARRERA

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. Deberá ponerse en contacto con la profesora para conocer con detalle los trabajos que serán evaluados en esta 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. No es obligatorio que asistan a clase si cursan la asignatura por segunda vez.

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.

***NO PRESENTADO:** la calificación de "no presentado" no consume convocatoria. En cualquier caso, cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la guía*

docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como no presentada su asignatura.

TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, se adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación.

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, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación.

· Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos

· 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

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.

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.

HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

Esta información actualizada se puede encontrar en el campus virtual del alumno.

PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo a la Memoria Verificada de la titulación.