

Asignatura

Nombre Asignatura	Sociología Aplicada
Código	601522009
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Doble Grado en Marketing y Publicidad (Plan 2022)
Carácter	BÁSICA
Curso	1

Datos Generales

➤ PROFESORADO

Lafuente Pérez, Patricia

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Conocimiento de los diferentes tipos de interacciones sociales y 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

Realizar análisis críticos de la realidad social a partir de una lectura integrada de las principales variables sociológicas.

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS 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.

COMPETENCIAS GENERALES

CG1 Valorar 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.

CG2 Entender la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CG3 Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas.

CG4 Analizar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria.

CG5 Comprender los medios de comunicación social tradicionales y el nuevo ecosistema digital como referente para el desarrollo de la comunicación social persuasiva.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

Conocimiento de los diferentes tipos de interacciones sociales y 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.

BLOQUE 1: Introducción a la Sociología general

BLOQUE 2: Sociedad

BLOQUE 3: Cultura

BLOQUE 4: Sociedad de consumo

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante. Número de horas: 50. Presencialidad: 100%

Af2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.). Número de horas: 35. Presencialidad: 100%

Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc. Porcentaje de presencialidad. Número de horas: 20. Presencialidad: 50%

Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc. Número de horas: 5. Presencialidad: 60%

Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc. Número de horas: 38. Presencialidad: 0%

Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes. Porcentaje de presencialidad. Número de horas: 2. Presencialidad: 100%

➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

CONVOCATORIA ORDINARIA

Prácticas (SE2) 50%. No se recuperan actividades. Los ejercicios (o bloques de actividades) no entregados tienen una calificación automática de 0.

Exámenes teóricos (SE4) 40%. A lo largo del curso se harán varias pruebas, así como un examen final.

Asistencia y participación (SE1): 10%. No se justifican faltas de asistencia.

Es OBLIGATORIO superar cada uno de los bloques por separado para aprobar la materia. Es decir, es OBLIGATORIO obtener al menos un 5 en el bloque teórico y un 5 en el bloque práctico para aprobar la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Prácticas (SE2) 50%: los alumnos que hayan suspendido el bloque práctico en primera convocatoria deberán entregar los trabajos que se indiquen a través de la plataforma y que tendrán como límite de entrega la fecha y hora del examen de la convocatoria extraordinaria
- Examen teórico (SE4) 40%: los alumnos que hayan suspendido el bloque teórico en primera convocatoria deberán realizar un examen teórico que supondrá el 40% de la calificación global.
- Asistencia y participación (SE1): 10%: se mantiene la nota obtenida en la convocatoria ordinaria.

Es IMPORTANTE tener en cuenta la obligatoriedad de superar cada uno de los bloques por separado para aprobar la materia. Es decir, es obligatorio obtener al menos un 5 en el bloque teórico y un 5 en el bloque práctico para aprobar la asignatura.

ALUMNOS DE SEGUNDA MATRÍCULA QUE ESTÉN EXENTOS DE ACUDIR A CLASE

Se recomienda a los alumnos repetidores que soliciten una tutoría en la primera semana de clase.

- Prácticas (SE2) 50%: deberán entregar los trabajos que se indiquen a través de la plataforma.
- Examen teórico (SE4) 50%

Es IMPORTANTE tener en cuenta la obligatoriedad de superar cada uno de los bloques por separado para aprobar la materia. Es decir, es necesario obtener al menos un 5 en el bloque teórico y un 5 en el bloque práctico para aprobar la asignatura.

CRITERIOS DE REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

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.

La ortografía será juzgada en su totalidad: letras, tildes y signos de puntuación.

Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:

Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio

Cuando se cometan 3 faltas de ortografía o más en el conjunto de la prueba, o se detecten graves problemas de expresión o de redacción, el trabajo o examen en cuestión será considerado suspenso (entre 0 y 4 puntos, según la gravedad de los errores ortográficos) quedando a criterio del profesor si esta nota puede posteriormente ser recuperada, así como los requisitos necesarios para que esto ocurra.

Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola

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.

NO PRESENTADO

Esta calificación no consume convocatoria. En cualquier caso, cuando un estudiante haya sido evaluado en actividades que supongan el 30% de la calificación, ya no será posible considerar que es no presentado en la asignatura. La nota final se obtendría de la media ponderada de su evaluación continua

➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

BÁSICA

Díaz Martínez, J. A. (2011). Introducción a la sociología actual. UNED.

Tardivo, G., Díaz Cano, E., Martínez Moure, O. (2019). Sociología del consumo. Ediciones Paraninfo.

COMPLEMENTARIA

Arribas Macho, J. M. (2013). Sociología del consumo e investigación de mercados: una guía didáctica. UNED.

Castells, M. (2001). La era de la información: economía, sociedad y cultura. Madrid: Alianza.

Castillo Abdul, B. y García Prieto, V. (2021). Prosumidores emergentes: redes sociales, alfabetización y creación de contenidos: Vol. 1ª edición. Dykinson. Disponible en: <https://biblioteca.villanueva.edu/libro-electronico/>

Díaz Martínez, J. A. y Rodríguez Rodríguez, R.M. (2023). La sociedad global: procesos sociales del mundo contemporáneo. UNED

Erner, G. (2015). Sociología de las tendencias. Editorial GG.

Giddens, A. (2010). Sociología. Alianza Editorial.

Lucas Marín, A. (2004) Introducción a la sociología: para el estudio de la realidad social. EUNSA.

Macionis, J. y PLUMMER, K. (2008). Sociología. Prentice Hall.

Pérez Adán, J. (2022) Sociología: comprender la humanidad del siglo XXI. EUNSA.

Recursos bibliográficos de la Universidad Villanueva: <https://biblioteca.villanueva.edu/>

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

1.-Los horarios podrán ser consultados en tiempo real en: [HORARIOS](#)

2.-El calendario de exámenes podrá ser consultado en el siguiente link sobre el general para Grados del curso 2024-25: [CALENDARIO ACADÉMICO](#)

3.- Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía ha sido elaborada según los criterios recogidos en la memoria del Grado