

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30732 SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

Objetivos

Generar en los alumnos la capacidad de análisis sociológico de la comunicación, centrado en las realidades a que se enfrentarán en su trabajo futuro y el contexto más global de la sociedad en que estamos inmersos. Lograr que capten la aplicabilidad del conocimiento que aporta la sociología de la comunicación y puedan mostrarlo a través de los trabajos de investigación y el modelo de examen.

Programa de Teoría

- Lecturas de artículos científicos o capítulos de libros. Una cada quince días. Comprensión de la misma, debate en clase y posterior informe voluntario para quienes se evalúan por examen y obligatorio para quienes eligen la opción de investigación.
- La investigación planteada
- Entrega de artículos de prensa de actualidad para su debate y análisis.

Programa Práctico

- Comprensión, reflexión y debate de los conceptos analizados en clase y su aplicación al contexto actual.
- Lectura y debate de los artículos y capítulos de libro propuestos como obligatorios para el conocimiento de la asignatura.
- Informes de investigación por parte de quienes elijan este sistema.

Evaluación

- Bryan, J. y Zillmann (Comp.) (1996) Los efectos de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Fleur, M. de y Ball-Rokeach, J. (1993, 2ª ed.) Teorías de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
- García Blanco, J.M. y Navarro Sustaeta, P. (eds.) (2002) ¿Más allá de la modernidad? Las dimensiones de la información, la comunicación y sus nuevas tecnologías. Madrid: CIS.
- Giddens, A. (2002) Sociología. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- Giner, S., Lamo De Espinosa, E, y Torres, C. (1998) Diccionario de Sociología. Madrid: Ciencias Sociales, Alianza Editorial.
- Lucas Marín, A.; García Galera, C. y Ruiz San Román, J.A. (1999) Sociología de la comunicación. Madrid: Trotta.
- Macionis, J.J. y Plummer, K. (1999) Sociología. Madrid: Prentice Hall.
- McQuail, D. (1991) Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
- Moragas, M. de (ed.) (1981) Sociología de la Comunicación de Masas. Barcelona: Gustavo Gili. (Varios tomos)
- Wolf, M. (1994) Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós.

Bibliografía

True