

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.

CONTENIDO

- ° Principales modelos de comunicación.
- ° Principales teorías sociológicas.
- ° Comunicación en y de las organizaciones.
- ° Medios de Comunicación de masas.
- ° McLuhan y su obra.
- ° La sociedad telemática.

Objetivos

El objetivo de la asignatura está orientado a proporcionar a los alumnos una formación básica integral sobre los aspectos teórico-prácticos y metodológicos de la Sociología de la Comunicación, con el fin de dotarles de nuevos conocimientos y perspectivas críticas de análisis que les faciliten tanto la comprensión de la materia a estudiar como la propia sociedad en la cual estamos inmersos.

Programa de Teoría

PROGRAMA SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Profesora: Carmen Merino Merino

CONTENIDO DEL PROGRAMA

UNIDAD DIDÁCTICA I: Comunicación humana y Sociología de la Comunicación.

- TEMA 1: El proceso de la comunicación.
- TEMA 2: Ciencias Sociales y comunicación.
- TEMA 3: Introducción a la Sociología de la Comunicación.

UNIDAD DIDÁCTICA II: Tipología de la organización comunicativa.

- TEMA 4: La comunicación no verbal.
- TEMA 5: Comunicación personal.
- TEMA 6: La comunicación mediada.
- TEMA 7: La comunicación organizacional.
- TEMA 8: La comunicación de masas.

UNIDAD DIDÁCTICA III: Aportaciones teóricas desde la Sociología de la Comunicación.

- TEMA 9: Los paradigmas teóricos clásicos

TEMA 10: Principales teorías contemporáneas. Aproximación a la obra de McLuhan.

UNIDAD DIDÁCTICA IV: Los medios de comunicación de masas.

TEMA 11: Métodos y técnicas de investigación en Comunicación de masas.

TEMA 12: Tipología, características y funciones de los mass media.

TEMA 13: Los medios de comunicación de masas y la audiencia.

TEMA 14: Las teorías sobre los efectos de los medios de comunicación de masas.

UNIDAD DIDÁCTICA V: Comunicación multicultural.

TEMA 15: Comunicación y multiculturalidad.

Programa Práctico

Las prácticas en la asignatura se centrarán en la realización de debates, ejercicios grupales y exposiciones desarrolladas en el aula a lo largo del curso.

Existe la posibilidad de realizar un trabajo voluntario tutelado por la profesora, de carácter teórico-práctico que podrá ser expuesto en el aula por los alumnos. El plazo para comunicar a la profesora la decisión de hacer el trabajo voluntario finalizará el 2 de marzo de 2009. La entrega final del trabajo se realizará el lunes 18 de mayo de 2009.

Evaluación

Se realizará un examen final que supondrá el 80% de la nota. Dicho examen podría incluir preguntas tipo test, preguntas cortas (donde se valoraría la capacidad de síntesis, la precisión y la pertinencia de los conocimientos de los alumnos) y/o la exposición de un tema a desarrollar (donde se tendría en cuenta, además, la capacidad de relación, de argumentación y la creatividad del alumno).

Paralelamente se realizará una evaluación continua que supondrá el 20 % de la nota final, basada en la realización de ejercicios y sesiones prácticas desarrolladas en el aula durante el curso. La nota final se obtendrá por la suma de ambas pruebas.

Bibliografía

- 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.
-