



GUÍA DOCENTE

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Opinión pública y propaganda política
PLAN DE ESTUDIOS:	Máster Universitario en Comunicación Corporativa
MATERIA:	Periodismo: funciones y medios
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Optativo
ECTS:	3
CURSO:	Primero
SEMESTRE:	Segundo
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español
PROFESORADO:	Prof. Michelle Moreira
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	michelle.moreira@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica
CONTENIDOS:
Tema 1. Opinión Pública: Orígenes. Subtema 1.1. Líneas teóricas. Subtema 1.2. Conceptualización. Subtema 1.3. Funciones Normativas. Subtema 1.4. Características generales. Subtema 1.5. Procesos. Tema 2. Propaganda política, historia y desarrollo. Subtema 2.1. Conceptualización. Subtema 2.2.. Sistema de propaganda, reglas y principios. Subtema 2.3. Campañas de propaganda.



COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG4 - Poseer formación para integrar los conocimientos adquiridos y formular juicios críticos sobre los mismos.
- CG5 - Tener la capacitación para comunicar sus conocimientos de modo claro a diversos tipos de público.
- CG6 - Tener la capacitación teórica y práctica para desarrollar de manera autónoma actividades de actualización de conocimientos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

No aplica.

COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:

Que los alumnos sean capaces de:

- CEO3. Analizar los conceptos esenciales de información, interpretación y opinión pública, y el papel político de los medios de comunicación en la sociedad actual.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Conceptualizar la propaganda política y su relación con procesos de generación de opinión pública.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje cooperativo
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno llevará a cabo las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	
Actividades supervisadas	Actividades de foro
	Supervisión de actividades
	Tutorías individuales
Actividades autónomas	Sesiones expositivas virtuales
	Preparación de actividades de foro
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos individuales
	Elaboración de actividades prácticas
	Realización de actividades de autoevaluación

El día de inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Actividades de debate	5%
Actividades prácticas	45%
Trabajo	15%
Prueba tipo test en línea	35%

Para más información, consúltese [aquí](#).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Calificación obtenida en la actividad práctica y de debate de la convocatoria ordinaria	50%
Realización de un trabajo individual	15%
Realización de una prueba tipo test	35%

Para más información, consúltese [aquí](#).



BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas en orden de importancia:

- García, I. (s.f.) Opinión pública y propaganda política. Material didáctico propio elaborado para el máster.
- Galindo, F. (1998). El periodista, ante la espiral de silencio. Revista Latina de Comunicación Social, 4. Recuperado el 30 de noviembre de 2017 de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4abgalindo.htm>
- Sandoval, J.; Jendrysik, M. (1991) Opinión pública. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación. N° 38. Recuperado el 30 de noviembre de 2017 de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5791441.pdf>
- Castillo, G. (1989) Propaganda y publicidad política. En Comunicación y Medios. Recuperado el 30 de noviembre de 2017 de
www.uchile.cl/documentos/propaganda-y-publicidad-politica_49549_3.pdf
- Herrero, J. C.; Connolly-Ahern, C. (2004) Origen y evolución de la propaganda política en la España democrática (1975-2000): Análisis de las técnicas y de los mensajes en las elecciones generales del año 2000. Recuperado el 30 de noviembre de 2017 de
<http://www.doxacomunicacion.es/es/hemeroteca/articulos?id=109>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente:

- Bobillo, F. (1987) La opinión pública. En Revista de estudios políticos. N° 58. Recuperado el 30 de noviembre de 2017 de
<https://recyt.fecyt.es/index.php/RevEsPol/article/view/48105>
- Domenach, J-M. (1962). La propaganda política. Eudeba. Buenos Aires, Argentina. Versión Digital.
- Fernández, R. (1997). La propaganda y la guerra. Editorial Arte y Literatura. Cuba.
- García, T. (1999). La propaganda como fuente de las relaciones públicas. Historia y comunicación social (4) 1999. no. 4, 35-46.
- Habermas, J. (1981) Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Gustavo Gili. Recuperado el 30 de noviembre de 2017 de
http://ffyl1.uncu.edu.ar/IMG/pdf/Habermas_Historia_y_critica_de_la_opinion_publica.pdf
- Kaplún, M. (2003). Paradigmas y modelos de comunicación. Modelos de educación y modelos de comunicación, en Comunicación Social. Selección de textos. (1ra. ed). Editorial Félix Varela. Cuba.
- Lenin, V.I. (1979). Sobre la propaganda y la agitación. Editora Política. Cuba.



- Martín, J. (2010). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México.
- Ramonet, I. (2003) Propagandas silenciosas. Masas, televisión y cine. Editorial Arte y Literatura. La Habana, Cuba.
- Rodero, E. (2010). Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo. Universidad Pontificia de Salamanca. España.

WEBS DE REFERENCIA:

- Asociación Comunicación Política: <https://compolitica.com/>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.