

GUÍA DOCENTE 2021-2022

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

| | |
|---|--|
| ASIGNATURA: | Opinión pública y propaganda política |
| PLAN DE ESTUDIOS: | Máster Universitario en Comunicación Corporativa |
| FACULTAD: | Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades |
| CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: | Optativa |
| ECTS: | 3 |
| CURSO: | Primero |
| SEMESTRE: | Segundo |
| IDIOMA EN QUE SE IMPARTE: | Español |
| PROFESORADO: | Dr. Javier Odriozola |
| DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO: | javier.odriozola@uneatlantico.es |

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

| |
|---|
| REQUISITOS PREVIOS: |
| No aplica |
| CONTENIDOS: |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Tema 1. Opinión pública <ul style="list-style-type: none"> - Subtema 1.1. Opinión pública. Orígenes y conceptualización - Subtema 1.2. Dewey y Lippman. Tradición clásica vs. tradición empírica - Subtema 1.3. La esfera pública y la espiral del silencio: dos modelos esenciales de opinión pública - Subtema 1.4. Proceso de formación de la opinión pública |

- Subtema 1.8. Construcción de la opinión pública por parte de los medios de comunicación
- Tema 2. Propaganda política
 - Subtema 2.1. Propaganda política. A modo de historia
 - Subtema 2.2. Conceptualización
 - Subtema 2.3. Propaganda vs. publicidad y relaciones públicas
 - Subtema 2.4. Principios y reglas de la propaganda política
 - Subtema 2.5. Sistema de propaganda
- Tema 3 Campañas de propaganda
 - Subtema 3.1. Oratoria
 - Subtema 3.2. Factores básicos de la motivación de la conducta de las masas y la acción propagandística
 - Subtema 3.3. Ejemplos de propaganda de guerra en conflictos bélicos recientes

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 participará en las siguientes actividades formativas:

| Actividades formativas | |
|---------------------------------|---|
| Actividades supervisadas | Actividades de foro |
| | Supervisión de actividades |
| | Tutorías (individual / en grupo) |
| Actividades autónomas | Sesiones expositivas virtuales |
| | Preparación de las actividades de foro |
| | Estudio personal y lecturas |
| | Elaboración de trabajos (individual-en grupo) |
| | Realización de actividades de autoevaluación |

El día del 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 |
|---------------------------|-------------|
| Actividad 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% |
| Actividades prácticas | 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 por nivel 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. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4abgalindo.htm>
- Sandoval, J.; Jendrysik, M. (1991) Opinión pública. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación. Nº 38. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5791441.pdf>
- Castillo, G. (1989) Propaganda y publicidad política. En Comunicación y Medios. www.uchile.cl/documentos/propaganda-y-publicidad-politica_49549_3.pdf

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. Nº 58.
<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.
- 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.