

GUÍA DOCENTE 2025-2026

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Opinión pública y propaganda política		
PLAN DE ESTUDIOS:	DE	Máster Universitario en Comunicación Corporativa	
FACULTAD:	Centro de Posgrado		
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Optativo		
ECTS:	4		
CURSO:	Primero		
SEMESTRE:	Segundo		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español		
PROFESORADO:	Hadit Pamela Brito		
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	hadit.brito@uneatlantico.es		

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica
CONTENIDOS:
• Tema 1. Opinión pública - 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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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 en grupos
- 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		Horas
Actividades supervisadas	Sesiones expositivas virtuales	8
	Actividades de foro	15
	Supervisión de actividades	3
	Tutorías (individual / en grupo)	8
Actividades autónomas	Preparación de las actividades de foro	12.15
	Estudio personal y lecturas	22.15
	Elaboración de trabajos (individual-en grupo)	11.4
	Realización de actividades de autoevaluación	3
	Elaboración de actividades prácticas (productos comunicativos en vídeo, audio, prensa y multimedia)	14.3
Actividades de evaluación	Actividades de evaluación	3

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%
Actividad práctica (elaboración de productos comunicativos en vídeo, audio, prensa y multimedia)	45%
Trabajo	15%
Examen final	35%

Para más información consúltase [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%
Trabajo	15%
Examen final	35%

Para más información consúltase [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.
- de Dios, S.; Romero-Rodríguez, L.; Aguaded, I. (2020): El lenguaje como creador de realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. Íconos.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/509/50963078008/50963078008.pdf>

- 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>

- Manfredi-Sánchez, J. (2020): Globalización y poder: la consolidación de la comunicación internacional como disciplina. Artículo de revisión. El profesional de la información.

http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/ene/manfredi_es.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.