

GUÍA DOCENTE 2019-2020

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Opinión Pública
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado de Publicidad y Relaciones Públicas
FACULTAD:	Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Básica
ECTS:	6
CURSO:	Segundo
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano
PROFESORADO:	Alejandro Sanz Láriz
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	alejandro.sanz@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica
CONTENIDOS:
<ul style="list-style-type: none"> • Tema 1. El concepto de opinión pública: desarrollo histórico de la noción <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Evolución del espacio público y transformaciones político-sociales 1.2. Concepto moderno de opinión pública • Tema 2. Vertientes de análisis de la opinión pública <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Tradición clásica 2.2. Tradición empírica

- Tema 3. Los *mass media* y la formación de la opinión pública
 - 3.1. Factores que interviene en la formación de opinión pública
 - 3.2. Actores que intervienen el proceso de formación de la opinión pública

- Tema 4. Técnicas de investigación de la opinión pública
 - 4.1. Cualitativas
 - 4.2. Cuantitativas

- Tema 5. La comunicación política
 - 5.1. Orígenes y conceptualización
 - 5.2. Medios de comunicación y política

- Tema 6. Propaganda y comunicación política
 - 6.1. Principios de la Propaganda Política
 - 6.2. Publicidad y marketing político

- Tema 7. La esfera pública digital en la sociedad red
 - 7.1. Internet como nueva la esfera pública
 - 7.2. Ciber-revoluciones y nuevas formas de construcción de lo público

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1. Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.
- CG2. Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.
- CG3. Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.
- CG4. Capacidad para aplicar sus conocimientos en propuestas innovadoras.
- CG5. Capacidad para emprender iniciativas con autonomía.
- CG6. Capacidad para asumir un compromiso ético en la práctica profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE6. Adquirir herramientas teóricas y conceptuales para analizar el fenómeno de la opinión pública relacionado al campo de la publicidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

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

- Conocer el concepto de opinión pública y las transformaciones históricas de los procesos de opinión pública.
- Identificar las líneas teóricas que han tratado sobre la opinión pública.
- Identificar el fenómeno de la opinión pública en redes de comunicación y espacios sociales públicos.
- Relacionar opinión pública con el ámbito de la publicidad.
- Identificar nuevas formas de la formación de opinión pública el entorno digital.
- Analizar las dinámicas de interrelación que intervienen en el tratamiento de la información política en los medios de comunicación actuales.

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.
- 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:

El primer día de clase, el profesor proporcionará información más detallada al respecto.

Actividades formativas	
Actividades dirigidas	Clases expositivas
	Clases prácticas
	Seminarios y talleres
Actividades supervisadas	Tutorías (individual/grupal)
Actividades autónomas	Preparación de clases
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos
	Trabajo en campus virtual

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:		
En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:		
	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	Examen parcial teórico	25 %
	Siete ejercicios individuales y un proyecto en grupo sobre opinión pública	30 %
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5 %
Evaluación final	Un examen teórico-práctico final	40 %
CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:		
La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen teórico con un valor del 40% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.		

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:
Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:
- Habermas, J. (1981). <i>Historia y Crítica de la Opinión Pública</i> . Barcelona: Gustavo Gili.
- UNEATLANTICO (2014). <i>Opinión Pública</i> . Material didáctico propio de la institución.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Cardoso G. (2013). *Sociología de las pantallas*. Barcelona: UOC.
- Herrero J.C. (2009). *Manual de Teoría de la Información y de la Comunicación*. Madrid: Universitas.
- Jaraba, G. (2015). *Youtubers*. Barcelona: Ma non troppo.
- Lippman, W. (2003). *La Opinión Pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- Monzón, C. (2009). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.
- Postman, N. (2013). *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del show business*. Barcelona: La Tempestad.
- Sartori, G. (2012). *Homo Videns*. Barcelona: TAURUS.
- Wilhelm B. (2009). *La Opinión Pública y sus bases históricas*. Santander: UC.