

FACULTAT DE CIÈNCIES POLÍTiques I DE SOCIOLOGIA

LLICENCIATURA: CIÈNCIES POLÍTiques I DE L'ADMINISTRACIÓ
ASSIGNATURA: 20845 COMUNICACIÓ I OPINIÓ PÚBLICA (6 crèdits)
DURADA: Segon semestre CURS: Segon cicle (optativa)
CURS ACADÈMIC: 2010/2011

Professora: Margot Pascual

Programa

1. Màrqueting Polític. Orígens. Història . Elements
2. La indústria de la comunicació política. Estudi del cas nordamericà.
3. La consultoria política. Característiques i especialitats
4. Evolució de l' Oficina de Comunicació de la Casa Blanca.
5. Els sondejos d'opinió pública
6. Campanyes electorals: estructura , funcionament i anàlisi
7. Campanyes d' Imatge. La *Campanya Permanent*
8. Debats electorals: el pes dels líders
9. Els actors de la comunicació política: *Media*. Polítics i Opinió Pública
10. Els mitjans de comunicació. Els elements del periodisme..*Gatekeeping* i *Newsworthiness*
11. Els efectes dels mitjans de comunicació
 - Walter Lippman: Opinió Pública
 - Maxwell McCombs: Construint l'agenda mediàtica
 - Noelle-Neumann: l'espiral del silenci
12. Nous mitjans: internet

L'assignatura de **Comunicació i Opinió Pública** s'estructura sobre dues vessants: per una banda, una aportació teòrica i metodològica, i per l'altra, una part pràctica on l'alumne treballi els conceptes bàsics. La participació de l'alumne és, per tant, bàsica en el plantejament de l'assignatura.

A.- Avaluació de l'Assignatura : l'avaluació de l'assignatura serà optativa per l'alumne que podrà triar entre:

A1. Els alumnes assistents a classe hauran de realitzar un treball de curs individual sobre la matèria, prèviament acordat amb el professor de màxim 25 fulls DinA4 a doble espai i que serà lliurat obligatòriament en versió paper, acompanyat d'un CD, si cal. Aquesta part suposarà **un 60 % de l'avaluació**.

En segon lloc, l'assistència a classe, la participació activa i la realització de petits treballs pràctics o exercicis, individuals i en grup, tant a l'aula com a casa suposarà **un 40% de l'avaluació**. Quan l'exercici sigui un comentari de text tindrà una llargària màxim 2 fulls (DinA4 a doble espai).

A2. Realitzar un examen final de l'assignatura

B.- Bibliografia

- Canel María José, (2006) **Comunicación Política**. Madrid. Tecnos, 2ª Edición
- Canel, María José (2007) **Comunicación de las instituciones Públicas**, Madrid ,Tecnos.
- Colomé Gabriel (2004) **El príncipe mediático**, Barcelona Mediterránea.
- Lee Kaid, Lynda ed.(2004), **Handbook of Political Communication Research**, Londres, Lea:
- Maarek Philippe, (2009) **Márketing político y comunicación**, Barcelona, Paidós .
- Martin Salgado, Lourdes (2002) **Marketing político** . Barcelona Paidós .
- Monzón Cándido, (2006) **Opinión Pública, comunicación y política** Madrid (Tecnos) 2ª Edición.
- Noelle-Neumann Elizabeth, (1995), **La espiral del silencio** , Paidós
- Costa P.O. (2009) , **Cómo ganar unas elecciones**, Paidós

B2. Bibliografía de referencia

- A.A.V.V. (2004) **Los discursos del poder** Belacqua.Barcelona.
- Atkin Douglas, (2005) **El culto a las marcas** . Robinbook, Barcelona
- Benet Vicent J. (2003) , **La publicidad en el tercer sector** Icaria, Barcelona.
- Berrocal Salomé (ed) (2003) **Comunicación política en televisión y nuevos medios**. Ariel. Barcelona.
- Campbell James A. (2000) **The American Campaign**. Texas A&M University Press. Dallas.
- .Capellan Gonzalo, (2008) **Opinión Pública** Editorial Trotta
- Colomé Gabriel, (2005) **El príncipe en campaña**, Mediterránea.Barcelona
- Csikszentmihalyi Mihali, (1996) **Creatividad** Paidós

- Curran Hames, (2005) **Medios de comunicación y poder** , Editorial Hacer.
- Dalleck Robert, (2004).**J.F.Kennedy**. Península.Barcelona
- Del Rey Morató Javier, (2007) **Comunicación política, Internet i campañas electorales**. Tecnos Madrid
- Faucheux Ronald A.(2002) **Comunicación política, Internet i campañas electorales**. Tecnos Madrid.
- Chomsky Noam. (1995) **Cómo nos venden la moto**. Icaria. Barcelona.
- Gobé Marc. (2005) **Branding Emocional**. Divine egg publicaciones. Barcelona.
- Graham Katharine. (2000) **Biografía** .
- Hall Jamieson Kathleen, (1996) **Packaging the Presidency** . Oxford University Press. New York.
- Izurieta Roberto,Perina Ruben M.,Arterton Christopher, **Estrategias de Comunicación para Gobiernos**. La crujía. Buenos Aires
- Klein Naomi, (2001) **No Logo**. Paidós Barcelona.
- Lakoff George, (2007) No pienses en un elefante : **Lenguaje y debate político**, Editorial Complutense Madrid.
- Levine Rich y otros, (2001), **El Manifiesto Cluetrain** Editorial Deusto.
- López Manuel, (1995). **Cómo se fabrican las noticias**. Paidós. Barcelona
- Maarek Philippe J. (1997). **Marketing político y comunicación**. Barcelona Paidós.
 - Mc Quail Denis, (2000) **Introducción a la teoría de la comunicación de masas** Paidós, Barcelona.
 - McCombs, Maxwell. (2006), **Estableciendo la agenda**. Paidós Barcelona .
 - McGinnis Joe, (1972) **Cómo se vende un presidente** . Península. Barcelona.
 - Miller Arthur, (2002) **La política i l'art d'actuar**. Barcelona La Campana.
 - Moliner Marçal, (2000) **La fuerza de la publicidad**. McGrawHill.

- Moragas Miguel de, (1979). **Sociología de la Comunicación**, Barcelona G.Gili
- Morris Dick (2003) **Juego de poderes** . Buenos Aires (El Ateneo)
- Muñoz-Alonso Alejandro (2005) **Comunicación política** Universitas Muñoz .
- Paletz David, (1998) **The Media in American Politics**, New York Longman.
- Pérez David, (2003) **Técnicas de comunicación política** . Tecnos , Madrid .
- Perlmutter David.D (ed) (1999) **The Manship School Guide to Political Communication**, Louisiana State University Press, Baton Rouge.
- Ramonet Ignacio, (2003) **La tiranía de la comunicación** . Debate. Barcelona.
- Rodrigo Alsina, (2005) . **La construcción de la noticia**. Paidós comunicación. Barcelona.
- Sangustin Eva(2009), **Clases del nuevo marketing (2.0)** Gestión 2000 Planeta
- Sanchis José Luís, (1996). **Cómo se paga el poder**. Espasa Madrid
- Séguéla Jacques, (2000) **Le vertige des urnes** , París Flamarion.
- Tephapopoulos George, (1999) **All too human: A political education**,
- Summers Anthony, (2003), **Nixon**. Península. Barcelona.
- Thompson John B. (2001) **El escándalo político**. Paidós Barcelona.
- Thompson John B. (2003) 2ª edición **Los medios y la modernidad una teoría de los medios de comunicación**. Barcelona
- Wilcox Dennis L. Y otros (2001) **Relaciones públicas : estrategias y tácticas**, Pearson. Madrid.
- Wolfe Tom, (1999) **Conspiración en Fort Bragg**.

