

Prof. Quim Puig
Llic. en CCII (Publicitat)
U.A.B; 1982
Cod: 5212

Departament de Comunicació Audiovisual
i Publicitat (C.A.P.)

TREBALLS DE RECERCA:

- Tesis "La figura del líder i les relacions amb els seus seguidors"
(CCII-U.A.B. 1985)
- Tesis doctoral "Los líderes-stars" (CCII-U.A.B. 1989)

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

Familiaritzar a l'alumne amb el món de la propaganda, resal-
tant especialment els lligams amb la publicitat en el cas de les eleccions.

AVALUACIO:

Dos exàmens parcials.Un exàmen final.

TEMARI:

I PART "La propaganda electoral de formes publicitàries i la publicitat institucional"

- 1- Existència del màrketing polític i del màrketing electoral
 - 1.1 Definicions de màrketing polític i el màrketing electoral
 - 1.2 Objectius del màrketing electoral
 - 1.3 Els mitjans d'acció del màrketing electoral
 - 1.4 Crítiques ètiques i tècniques al màrketing electoral
 - 1.5 Història del màrketing electoral
- 2- Pràctica del màrketing electoral
 - 2.1 Diferents models de màrketing electoral
 - 2.2 Perfil i problemàtica professional
 - 2.3 Paper de la investigació prèvia
 - 2.4 La estratègia: tria dels eixos , temes i blancs
 - 2.5 La selecció dels mitjans i la difusió dels missatges
 - 2.6 Organització i control de les campanyes
- 3- La publicitat institucional
 - 3.1 Concepte d'institució
 - 3.2 Importància de la comunicació entre la institució i el públic
 - 3.3 Tipus de comunicació institucional
 - 3.4 Models de publicitat institucional
 - 3.5 Problemàtica de la publicitat institucional
- 4- El liderat
 - 4.1 Introducció al liderat
 - 4.2 Poder i liderat
 - 4.3 Definició de liderat polític de masses
 - 4.4 Creació d'un líder polític
 - 4.5 Teoria del star-system polític

PART II "La propaganda política clásica"

5- La propaganda

- 5.1 Definició de propaganda
- 5.2 Origen de la propaganda
- 5.3 Història i evolució de la propaganda
- 5.4 Lligams amb la comunicació de masses
- 5.5 Actes considerats com propaganda
- 5.6 La propaganda com procés persuassiu

6- La propaganda política

- 6.1 Definició de propaganda política
- 6.2 La propaganda política com legitimació del poder
- 6.3 Ambit d'actuació de la propaganda política
- 6.4 Propaganda política i democràcia

7- La propaganda política comunista

- 7.1 Principis propagandístics de Lenin
- 7.2 Tècniques i aplicació
- 7.3 El procés polític com acte total de propaganda

8- La propaganda política nazi

- 8.1 Principis de Hitler i Goebbels
- 8.2 El caràcter autoritari
- 8.3 La ràdio i la propaganda política nazi

BIBLIOGRAFIA:

- 4- A.E.L.C.I. (ed.) I jornadas de publicidad institucional y política A.E.L.C.I; Madrid, 1984
- 1- ARBATOV, G. El aparato de propaganda político e ideológico del capitalismo, Akal, Madrid, 1975
- 7- ARCEO VACAS, J.L. Como ganar unas elecciones, Fomento de Bibliotecas, Madrid 1982
- 1- BARRANCO, F.J. Técnicas de marketing político, Piràmide, Madrid, 1982
- 1- CAYROL, R. La nouvelle communication politique, Larrousse, Paris, 1986
- 1- COCKERREL, M. La TV inglesa y los primeros ministros, Planeta, Barcelona 1988
- "Com és un partit polític?" Col. La Ramblanº5, Ed.62, Barcelona, 1978
- 1- CNVA-CNRS (edd.) Associations et communication, La documentation française, Paris, 1990
- 1- DOMENACH; J.M. La propagande politique, PUF, Paris, 1979
- 3- DURANDIN, G. La mentira en propaganda política ..y en publicidad, Paidós, Barcelona, 1983
- 2- ELLUL, J. Propagandes, Economica, Paris, 1990
- 0- FROMM, E. El miedo a la libertad, Planeta, Barcelona, 1985
- 1- GOUREVITCH, J.P. La propagande dans tous ses états, Flammarion, Paris, 1981

