

LLICENCIATURA DE PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES  
CURS 1995-1996

ASSIGNATURA: PROPAGANDA I PUBLICITAT INSTITUCIONAL  
CODI: 20714/ 4t curs 2n semestre

PROFESSOR: JOAQUIM PUIG

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

Principis de l'aplicació de les tècniques publicitàries en la comunicació de les organitzacions polítiques amb especial atenció a la realització del procés electoral.

AVALUACIÓ:

Un examen final per a avaluar els coneixements adquirits per l'alumne/a durant el curs. A l'examen entrarà el temari de l'assignatura i els diferents casos tractats a classe.

TEMARI:

TEMA 1. PROPAGANDA, PUBLICITAT INSTITUCIONAL I MÀRQUETING POLÍTIC

- 1.1 Diferents conceptes de propaganda
- 1.2 Tipologia i característiques de la propaganda
- 1.3 Concepte d'institució i d'imatge institucional
- 1.4 La publicitat institucional: concepte, tipologia i característiques
- 1.5 Definició de màrqueting polític
- 1.6 Característiques del màrqueting polític
- 1.7 Relacions entre propaganda, publicitat institucional i màrqueting polític

TEMA 2. LES ELECCIONS: CONCEPTES

- 2.1 Definició de campanya electoral
- 2.2 Funcions de les campanyes electorals
- 2.3 Evolució i canvis de la campanya electoral

TEMA 3. LES ELECCIONS: CONTEXT

- 3.1 Tipus d'eleccions
- 3.2 Calendari electoral
- 3.3 Conseqüències de la convocatòria d'eleccions
- 3.4 Finançament

TEMA 4. LES ELECCIONS: ORGANITZACIÓ

- 4.1 Organigrama d'un partit
- 4.2 Descripció d'un partit
- 4.3 Programa i manifest electoral
- 4.4 Candidat i llistes electorals

TEMA 5. ELECTORAT

- 5.1 Descripció d'electorat
- 5.2 Paper de la informació prèvia
- 5.3 Les enquestes

TEMA 6. L'ESTRATÈGIA

- 6.1 Els blancs prioritaris
- 6.2 La comunicació: l'eix
- 6.3 La comunicació: els temes i els missatges

TEMA 7. ELS MITJANS

- 7.1 La televisió
- 7.2 Mètodes de manipulació de la imatge en televisió
- 7.3 El debat
- 7.4 Els mitings
- 7.5 Altres mitjans

TEMA 8. EL LIDERATGE

- 8.1 Context del lideratge
- 8.2 Poder i lideratge
- 8.3 Lideratge de masses
- 8.4 Carisma

TEMA 9. EL STAR SYSTEM

- 9.1 Definicions d'estrella i star system
- 9.2 L'estrella de cinema
- 9.3 L'estrella de música
- 9.4 L'estrella política
- 9.5 Altres estrelles

TEMA 10. L'ASSESSORIA D'IMATGE

- 10.1 Context de l'assessoria d'imatge
- 10.2 Fases del procés (I)
- 10.3 Fases del procés (II)

#### BIBLIOGRAFIA:

- A.E.L.C.I. (ed.) I jornadas de publicidad institucional y política  
A.E.L.C.I; Madrid, 1984
- ARBATOV, G. El aparato de propaganda político e ideológico del capitalismo, Akal, Madrid, 1975
- ARCEO VACAS, J.L. Como ganar unas elecciones, Fomento de Bibliotecas, Madrid 1982
- BARRANCO, F.J. Técnicas de márketing político, Piràmide, Madrid, 1982
- CAYROL, R. La nouvelle communication politique, Larrousse, Paris, 1986
- COCKERREL, M. La TV inglesa y los primeros ministros, Planeta, Barcelona 1988
- "Com és un partit polític?" Col. La Ramblanº5, Ed.62, Barcelona, 1978
- CNVA-CNRS (edd.) Associations et communication, La documentation française, Paris, 1990
- DOMENACH; J.M. La propagande politique, PUF, Paris, 1979
- DURANDIN, G. La mentira en propaganda política y en publicidad, Paidós, Barcelona, 1983
- ELLUL, J. Propagandes, Economica, Paris, 1990
- FROMM, E. El miedo a la libertad, Planeta, Barcelona, 1985
- GOUREVITCH, J.P. La propagande dans tous ses états, Flammarion, Paris, 1981
- HERREROS, M. Teoria y técnica de la propaganda electoral, PPU, Barcelona, 1981
- HITLER, A. Mi lucha, Librum, Barcelona, 1989
- KRIEGEL, A. Los grandes procesos en los sistemas comunistas, Alianza, Madrid, 1973
- LENIN, V.I. ¿Que hacer? Akal, Madrid, 1973
- LINDON, D. Márketing político y social, Tecniban, Madrid, 1977
- LOPEZ GUERRA, L. Las campañas electorales en Occidente, Ariel, Barcelona 1977
- MC GINNIS, J. Como se vende un presidente, Península, Barcelona, 1974
- MORAGAS, M. de (ed.) Sociología de la comunicación de masas II: propaganda política y opinión pública, Gustavo Gili, Barcelona, 1985
- MARX, K. El 18 Brumario de Luis Napoleón, Ariel, Barcelona, 1977
- MORIN, E. Les stars, Editions du Seuil, Paris, 1972
- MUÑOZ ALONSO, A; MONZON, C; ROSPIR J.I; DADER J.L. Opinión pública y comunicación política, Eudema, Madrid, 1990
- NIXON, R. Líderes, Planeta, Barcelona, 1983
- PARES, M. Comunicació, patrocini i mecenatge, PPU, Barcelona, 1991
- PIZARROSO, A. Historia de la propaganda, Eudema, Madrid, 1991
- PUIG, J. Los líderes-stars, Tesis doctoral, CCII-UAB, 1989
- REICH, W. Psicología de masas del fascismo, Ayuso, Madrid, 1972
- SEGUELA, J. Hollywood lave plus blanc, Flammarion, Paris 1982
- SCHWARTZENBERG ;r.G. L'etat spectacle, Flammarion, Paris, 1977
- SCHMIDT, H. Hombres y poder, Plaza & Janés, Barcelona, 1989
- TAUFIC, C. Periodismo y lucha de clases, Akal, Madrid, 1976
- VARGAS LLOSA; A. El diablo en campaña, Aguilar, Madrid, 1991
- WIECK, W. Los hombres se dejan querer, Urano, Barcelona, 1991