

CURS ACADÈMIC: 2005/2006

LLICENCIATURA: Publicitat i Relacions Públiques CURS: 3r

Codi:	20655
Assignatura:	Estructura de la Comunicació de Masses I
Tipus d'assignatura:	Optativa
Nº de crèdits:	5
Professorat:	Maria Corominas, Grup 54
Quadrimestre:	1r

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

L'objectiu principal d'aquesta assignatura és iniciar l'alumne en els fonaments de l'estructura de la comunicació. Es tracta d'introduir els aspectes comunicatius, político-econòmics, d'organització i culturals de la comunicació de masses.

TEMARI:

- I. INTRODUCCIÓ A LA COMUNICACIÓ DE MASSES: LES SEVES DIMENSIONS.
- II. TEORIES SOCIOPOLÍTIQUES DE LA COMUNICACIÓ DE MASSES.
- III. ESTRUCTURA I MODELS DELS MITJANS IMPRESOS.
- IV. ESTRUCTURA I MODELS DELS MITJANS AUDIOVISUALS.
- V. LA COMUNICACIÓ COMERCIAL I INSTITUCIONAL.
- VI. TECNOLOGIA, SOCIETAT I SISTEMES DE COMUNICACIÓ.

BIBLIOGRAFIA BÀSICA:

ÁLVAREZ MONZONCILLO, J.M.. (1997): *Imágenes de pago*: Madrid: Fragua.
CASTELLS, M. (2001): *La Galaxia Internet*. Barcelona: Plaza Janés.
MORAGAS, M. i PRADO, E. (2000): *La televisión pública a l'era digital*. Barcelona: Pòrtic.
RANDALL, D. (1999): *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI.
REGOUBY, Ch. (1989): *La comunicación global*. Barcelona: Gestión 2000.

METODOLOGIA DOCENT:

TEORIA - La professora exposarà a classe els aspectes centrals del temari, complementats amb les pràctiques d'aula.

PRÀCTIQUES: Els alumnes realitzaran diverses pràctiques d'aula, preferentment a partir de presentacions de qüestions orientades per la professora.

SISTEMA D'AVALUACIÓ

Examen final

Data

Signatura del Cap del Departament