

CURSO ACADÉMICO: 2005/2006

LICENCIATURA: Publicidad y Relaciones Públicas CURSO: 3º

Código:	20655
Asignatura:	Estructura de la Comunicación de Masas I
Tipo de asignatura:	Optativa
Nº de créditos:	5
Profesorado:	Maria Corominas, Grupo 54
Semestre:	Primero

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

El objetivo principal de esta asignatura es iniciar al alumno en los fundamentos de la estructura de la comunicación. Se trata de introducir los aspectos comunicativos, político-económicos, de organización y culturales de la comunicación de masas.

TEMARIO:

- I. Introducción a la comunicación de masas: Sus dimensiones.
- II. Teorías sociopolíticas de la comunicación de masas.
- III. Estructura y modelos de los medios impresos.
- IV. Estructura y modelos de los medios audiovisuales.
- V. La comunicación comercial e institucional.
- VI. Tecnología, sociedad y sistemas de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

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 televisió 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.

METODOLOGÍA DOCENTE:

TEORÍA

La profesora expondrá en clase los aspectos centrales del temario, que se completarán con las prácticas de aula.

PRÁCTICAS:

Los alumnos realizarán varias prácticas de aula, preferentemente a partir de presentaciones de temas orientados por la profesora.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Examen final.

Fecha

Firma del Cap de Departament