

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: 2009/2010

Professor: Enric Casas Gironella

PROGRAMA

1. Comunicació comercial i política. Marketing: Phillip Kotler
2. Marketing public, politic i social.
3. La publicitat: mercat publicitari i creativitat
4. Anàlisi de les campanyes publicitàries
5. Els mitjans de comunicació: els mitjans a Catalunya i a Espanya, els elements del periodisme.
6. Campanyes electorals: estructura funcionament i anàlisi
7. Debats electorals: el pes dels líders
8. Els sondejos d'opinió pública
9. Propaganda
10. Els efectes dels mitjans de comunicació
 - Walter Lippman: Opinió Pública
 - Maxwell McCombs: Construint l'agenda mediàtica.
 - Elizabeth Noelle-Neumann: l'espiral del silenci.
11. 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 sobre la matèria, prèviament acordat amb el professor, de màxim 25 fulls DinA4 a 1 espai i 1/2.

En segon lloc, els alumnes assistents a classe hauran de realitzar uns petits treballs pràctics. Cada treball pràctic lliurar un document de màxim 2 fulls (DinA4 a doble espai). Els papers seran un control.

A2.- Realitzar un examen final de l'assignatura.

B.- Bibliografia:

B1.- Llibres bàsics de l'assignatura:

- Colomé, Gabriel (2004), **El príncipe mediático**, Barcelona (Mediterránea)
- Kotler, Philip, **Dirección de Marketing** (2006), Madrid (Prentice-Hall)
- Luque, Teodoro (1996), **Márketing político**, Barcelona, (Ariel)
- Maarek, Philippe (1997), **Márketing político y comunicación**, Barcelona (Paidós)
- Mc Quail, Denis (2000) **Introducción a la teoría de la comunicación de masas**. Paidós. Barcelona.
- Monzón, Cándido (2006), **Opinión pública, comunicación y política**, Madrid (Tecnos) 2ª Edición
- Noelle-Neumann, Elizabeth (1995), **La Espiral del silencio**, Barcelona (Paidós)

B2.- Bibliografia de referència:

- A.A.V.V. (2004) **Los discursos del poder**. Belacqua. Barcelona.
- Atkin Douglas (2005), **El culto a las marcas**. Robinbook, Barcelona.
- Benet Vicente 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.
- Canel, María José. (1999) **Comunicación Política**. Tecnos. Madrid.
- Colomé, G. (2004) **El Príncipe Mediático**. Mediterránea. Barcelona.
- Colomé, G. (2005) **El príncipe en campaña**. Mediterránea. Barcelona.
- Cockerell, Michael (1998). **La televisión y los primeros ministros**. Planeta. Barcelona.
- Curran James (2005) **Medios de comunicación y poder** , Editorial Hacer
- Dalleck Robert (2004), **J.F. Kennedy**. Peninsula. Barcelona.

- Del Rey Morató Javier (2007) , **Comunicación política, Internet y campañas electorales** . Tecnos Madrid.
- Faucheux, Ronald A. (2002) **Running for Office**. M Evans & Company Washington DC.
- _____-(ed.) (1995) **Road to Victory**. Kendall-Hunt Publishing. Dubuque (Iowa).
- 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.
- Klein, Naomi. (2001). **No Logo**. Paidós. Barcelona.
- Lakoff George (2007) No pienses en un elefante : **Lenguaje y debate político**, Editorial Complutense 2007 Madrid.
- López Manuel (1995).**Cómo se fabrican las noticias**. Paidós. Barcelona
- Maarek, Philippe J. (1997) **Marketing político y comunicación**. Paidós. Barcelona.
- Martín Salgado, Lourdes (2002). **Marketing político**. Barcelona (Paidós)
- 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
- Monzón Cándido (2005), **Encuestas y elecciones** , Tecnos Madrid

- 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 Madrid
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1995). **La espiral del silencio**. Tecnos. Barcelona.
- Paletz, David (1998), **The Media in American Politics**, New York (Longman)
- Pérez, David (2003). **Técnicas de comunicación política**. Tecnos. Madrid.
- Ramonet Ignacio (2003). **La tiranía de la comunicación**. Debate. Barcelona.
- Rodrigo Alsina (2005). **La construcción de la noticia**. Paidós comunicación. Barcelona.
- Sanchís, José Luis (1996). **Cómo se gana el poder**. Espasa. Madrid.
- Séguéla, Jacques (2000), **Le vertige des urnes**, Paris (Flamarion)
- Stephanopoulos, George (1999), **All too human: A political education**, New York (Little Brown)
- Summers, Anthony (2003). **Nixon**. Península. Barcelona.
- Thompson John B. (2003) 2ª edición **Los media y la modernidad una teoría de los medios de comunicación** Barcelona.
- Thompson John B. (2001) **El escándalo político** Paidós Barcelona
- Wilcox Dennis L. Y otros (2001) **Relacions públicas : estrategias y tácticas** Pearson Madrid
- Wolfe, Tom (1999). **Conspiración en Fort Bragg**.