

Teories de la Comunicació

2013/2014

Codi: 103022

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	FB	2	1

Professor de contacte

Nom: Jaume Soriano Clemente

Correu electrònic: Jaume.Soriano@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: Sí

Algun grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Es requereix comprensió lectora en anglès per treballar articles acadèmics en aquest idioma.

Objectius

L'assignatura pertany a la matèria Comunicació del Grau de Publicitat i Relacions Públiques i està qualificada com a assignatura fonamental. Es considera que existeix una lògica porgressiva entre tres de les cinc assignatures de formació bàsica de la matèria de Comunicació basada en una llarga experiència docent i estructurada de la següent manera:

1. Història de la Comunicació. Introdueix l'alumne en l'evolució històrica de la comunicació des dels primers fenòmens comunicatius fins a les experiències comunicatives actuals.
2. Estructura de la Comunicació. Presenta l'ecosistema comunicatiu, les seves dinàmiques i lògiques estructurals.
3. Teories de la Comunicació. Presenta i concreta les teories, escoles, autors i perspectives d'anàlisi de la comunicació.

Els objectius formatius generals de l'assignatura són que els alumnes identifiquin les principals teories del camp de la comunicació, les elaboracions conceptuals i els enfocaments teòrics que fonamenten el seu coneixement i el seu paper en la cultura. També és un objectiu desitjable de l'assignatura el d'afavorir la reflexió crítica sobre el paper dels mitjans de comunicació en la societat.

Competències

- Publicitat i Relacions Públiques
- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Demostrar un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, així com el seu valor per a la pràctica professional mitjançant casos concrets.
- Gestionar el temps de manera adequada.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
3. Demostrar esperit crític i autocrític.
4. Gestionar el temps de manera adequada.
5. Identificar els fonaments de les teories i de la història de la comunicació.
6. Interpretar i discutir textos de les principals teories de la comunicació i de la publicitat i les relacions públiques i exposar per escrit i en públic la síntesi de les seves anàlisis.
7. Relacionar l'anàlisi social i els impactes de les noves tecnologies de la comunicació.

Continguts

Els continguts de l'assignatura es desenvoluparan a partir dels següents tres grans temes:

1. Comunicació interpersonal.
2. Comunicació mediàtica.
3. Estudis crítics sobre comunicació i cultura

Metodologia

L'aprenentatge estarà basat en classes magistrals, discussió a classe, lectures, tutories i realització treballs i proves. Es fomentarà la capacitat d'anàlisi crítica i de reflexió.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	34	1,36	3, 5, 6, 7
Seminaris	17	0,68	2, 3, 5, 6, 7
Tipus: Supervisades			
Proves avaluables	3	0,12	2, 5, 6, 7
Tutories	3	0,12	2, 3, 4
Tipus: Autònomes			
Estudi personal i lectures orientades	75	3	2, 4
Treballs individuals i/o en equip	18	0,72	1, 2, 3, 4, 6

Avaluació

Cada alumne realitzarà un mínim de dues proves avaluables (examen de final de curs i treball individual). Aquestes proves suposaran el 80% de la nota final. El 20% restant es decidirà a partir de la participació a classes i seminaris.

D'acord amb les instruccions de la Junta de Facultat es programarà un examen de reavaluació per als alumnes que hagin suspès l'examen final i els alumnes que desitgin modificar la seva nota.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen/Prova de síntesi a final de curs	50%	0	0	1, 2, 3, 5, 6, 7
Participació a classes i seminaris	20%	0	0	1, 3, 5, 6, 7
Treball de curs	30%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Bibliografia

Adorno, Theodor W. i Horkheimer, Max

1974 Industria cultural y sociedad de masas, Caracas, Monte Ávila.

Castells, Manuel

2009 Comunicación y poder, Madrid, Alianza Editorial.

Moragas, Miquel de

2011 Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa, Barcelona, Gedisa

Stevenson, Nick

1998 Culturas mediáticas: teoría social y comunicación masiva, Buenos Aires, Amorrortu.

Thompson, John B.

1998 Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación, Barcelona, Paidós

Watzlawick, Paul

1985 Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas, Barcelona, Herder

Wolf, Mauro

1996 La investigación de la comunicación, Barcelona, Paidós.

Kelley Reardon, Kathleen

1983 La persuasión en la comunicación: teoría y contexto, Barcelona, Paidós