

Comunicació Política

2013/2014

Codi: 103122

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	OT	0	0

Professor de contacte

Nom: Laura Cervi

Correu electrònic: Laura.Cervi@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: No

Algun grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Es necessitarà que l'alumne tingui un coneixement de temes d'actualitat (sobretot política); demostrí capacitat per l'ús correcte oral i escrit dels seus idiomes propis; pugui llegir, analitzar i resumir textos.

Objectius

L'assignatura té per objectiu proporcionar els instruments conceptuals bàsics per a l'anàlisi i la comprensió de la comunicació política i dels seus diferents actors i funcions en les societats contemporànies.

Competències

- Periodisme
- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Transmetre informació periodística en el llenguatge propi de cada un dels mitjans de comunicació, en les seves formes combinades modernes o en suports digitals, i aplicar els gèneres i els diferents procediments periodístics.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
2. Aplicar les tecnologies i els sistemes utilitzats per processar, elaborar i transmetre informació en el camp de la comunicació estratègica.
3. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
4. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
5. Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
6. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
7. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Continguts

- 1- Aspectes introductoris, conceptes bàsics
- 2- Funció de la comunicació política
- 3- Introducció històrica
- 4- Propaganda Nazi i Feixista
- 5- Els partits catch-all: de la propaganda al marketing polític
- 6- Internet i política: el marketing polític 2.0
- 7- Nous reptes, nous espais i noves participacions: la Democràcia 3.0
- 8- La comunicació pública
- 9- Les eleccions europees de 2014

Metodologia

La base de la metodologia docent serà aconseguir un aprenentatge autònom per part dels alumnes. L'activitat acadèmica tutelada pel professor, amb una participació constant i activa de l'alumne, permetrà que aquest assumeixi les competències genèriques i específiques que es van a plantejar en la matèria, aconseguint, d'aquesta forma, complir amb els objectius formulats.

Les classes de caire teòric i les activitats d'aprenentatge permetran que l'alumne assumeixi els propòsits de la matèria.

Les pràctiques que es duguin a terme han de tenir també la seva identificació amb els debats teòrics que es plantegin en l'assignatura. D'aquesta forma, existirà un fil conductor en tota l'assignatura amb la finalitat de que els alumnes puguin créixer intel·lectualment i en la seva formació.

La utilització del Campus Virtual i de l'aula virtual serà clau en l'assignatura. Els alumnes podran tenir accés en tot moment a tots les activitats que vagin desenvolupant.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	15	0,6	4, 7
Laboratori	22	0,88	1, 2, 3, 5, 6
Seminaris	15	0,6	1, 3, 4, 5, 6, 7
Tipus: Supervisades			
Tutories	6	0,24	3
Tipus: Autònomes			
Treball autònom de l'estudiant	90	3,6	

Avaluació

Titul	Hores	%	Resultats d'aprenentatge
Test de contingut	2	30%	1
Creació d'una campanya		30%	1,2,3
Anàlisi de la campanya europea		20%	1,2,3,4,5
Lectura crítica d'un text		10%	1,2,3,4,5
Participación		10%	1,2,3,4,5

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Anàlisi de la campanya europea	20%	0	0	3, 4
Creació d'una campanya	30%	0	0	1, 2, 4, 5, 6, 7
Lectures	10%	0	0	1, 3
Participació	10%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Test de contingut	30%	2	0,08	3, 4

Bibliografia

Bibliografia bàsica

Pere-Oriol Costa, *Cómo ganar unas elecciones : comunicación y movilización en las campañas electorales*, Barcelona [etc.] : Paidós, cop. 2008

Daniel C. Hallin y Paolo Mancini, *Sistemas mediáticos comparados : tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*, Barcelona : Hacer, 2008

Philippe J. Maarek, *Marketing político y comunicación : claves para una buena información política*, Barcelona: Paidós, 1997

Mazzoleni, Gianpietro, *La Comunicación política*, Madrid : Alianza, cop. 2010

David L. Swanson and Paolo Mancini, *Politics, media and modern democracy : an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*, Westport (Conn.) : Praeger, 1996

Bibliografia de referencia

Eva Anduiza, Michael James Jensen, Laia Jorba, Digital media and political engagement worldwide : a comparative study , New York : Cambridge University Press, 2012.

Bimber, Bruce A., Campaigning online : the Internet in U.S., Oxford : Oxford University Press, 2003

Bimber, Bruce A., *Information and American democracy : technology in the evolution of political power*, Cambridge : Cambridge University Press, 2003.

Canel, María José, Comunicación política : una guía para su estudio y práctica, Tecnos, 2006.

George Lakoff ; *No pienses en un elefante : lenguaje y debate político*, Madrid : Editorial Complutense : Foro Complutense, 2007

Rey Morató, Francisco J., Comunicación política, internet y campañas electorales : de la teledemocracia a la ciberdemocracia, Tecnos, cop. 2007