

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	OT	4	0

Professor de contacte

Nom: Laura Cervi

Correu electrònic: Laura.Cervi@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

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

La assignatura tiene por objeto proporcionar los instrumentos conceptuales básicos para el análisis y la comprensión de la comunicación política y de sus diferentes actores y funciones, en las sociedades contemporáneas.

Competències

- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Aplicar l'ètica i la deontologia professionals del periodisme, així com l'ordenació jurídica de la informació.
- Concebre, planificar i executar projectes periodístics en tot tipus de suports.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- 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, i adquirir un coneixement sistemàtic de l'estructura dels mitjans de comunicació.
- 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. Analitzar els processos informatius, així com dels corrents i teories que els formalitzen en el procés de planificació i execució de la comunicació política.

2. Analitzar les teories sobre la publicitat, les relacions públiques i la comunicació corporativa i institucional.
3. Aplicar la deontologia professional del periodisme a la comunicació estratègica en l'àmbit de la comunicació política.
4. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
5. Aplicar les tecnologies i els sistemes utilitzats per processar, elaborar i transmetre informació en el camp de la comunicació estratègica.
6. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
7. Demostrar que coneix com es gesten i difonen les estratègies comunicatives dels actors públics a partir dels principals debats d'actualitat.
8. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
9. Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
10. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
11. Planificar i executar projectes periodístics en l'àmbit de la comunicació política.
12. Planificar i executar projectes periodístics en l'àmbit dels gabinets de premsa i de la comunicació institucional.
13. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
14. Valorar l'impacte de les innovacions tecnològiques en el funcionament del sistema comunicatiu català i espanyol.

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

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 amb l'objectiu que puguin ser

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
classe magistral	15	0,6	1, 8, 13
Laboratori	22	0,88	2, 5, 7, 11, 14
seminari	15	0,6	3, 4, 5, 8, 10, 11, 12, 13
Tipus: Supervisades			
avaluació	7,5	0,3	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13
tutories	7,5	0,3	1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13
Tipus: Autònomes			
Altres activitats	50	2	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13
Campus virtual	0	0	4, 5, 6, 7, 9

Avaluació

L'avaluació de l'assignatura tindrà tres parts clarament diferenciades i s'hauran de aprovar totes: el test de continguts (30%), la creació d'una campanya (25%), la anàlisi de una campanya (25%) y la lectura crítica d'un text (10%).

A més a més el 10% de la nota serà la participació de l'alumne.

Per superar l'assignatura s'hauran de fer totes les proves al ser una avaluació continuada.

En el cas excepcional i sempre després de resoldre la situació l'equip docent de l'assignatura, es podrà treballar amb un sistema diferent d'avaluació.

A les tres darreres setmanes del curs es farà una reevaluació d'un màxim d'una part de les tres avaluades, sempre que les altres dues estiguin aprovades. No es farà revaluació dels alumnes amb més d'una part suspensa.

En el cas de que l'alumne no es presenti a la meitat de les proves es considerarà com a no presentat.

Títol	Hores	%	Resultats d'aprenentatge
Test de contingut		30%	1
Creació de una campanya	15+15	<align="right">25%	1,2,3
Anàlisi de una campanya		25%	1,2,3,4,5

Lectura crítica d'un text	10%	1,2,3,4,5
Participació	10%	1,2,3,4,5

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Anàlisi de una campanya	25	12	0,48	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 13
Creació campanya	25	12	0,48	3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13
Lectura crítica d'un text	10	3	0,12	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14
Participació	10	3	0,12	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13
Test de contingut	30	3	0,12	1, 3, 4, 6, 7, 9

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