

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313227 Medios, Comunicación y Cultura	OT	0	2

## Contacto

Nombre: Carme Ferré Pavia

Correo electrónico: Carme.Ferre@uab.cat

## Otras observaciones sobre los idiomas

Es necesaria comprensión de español para el curso.

## Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

## Prerequisitos

Los habituales de los estudios de máster y ser capaz de comunicarse en catalán, español o bien inglés.

## Objetivos y contextualización

Reflexionar sobre la desigualdad en el tratamiento de la información y pensar propuestas dinamizadoras para profundizar en el ejercicio de la responsabilidad periodística y de la responsabilidad de las empresas de comunicación.

## Competencias

- Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Saber analizar las nuevas formas de comunicación social generadas por las TIC (tecnologías de la información y de la comunicación) con el fin de innovar en las prácticas de producción mediática y cultural y resolver los problemas planteados en los nuevos entornos.
- Ser capaz de planificar y dirigir proyectos de investigación básica y aplicada en comunicación mediática y cultura.
- Ser capaz de planificar, dirigir y evaluar estrategias comunicativas mediáticas para la construcción de temas informativos complejos.

## Resultados de aprendizaje

1. Diagnosticar las redes e iniciativas de comunicación ciudadanas y de los medios comunitarios
2. Dirigir y editar propuestas de contenidos alternativos, comunitarios e institucionales.
3. Dirigir y editar propuestas de contenidos sociales para medios de comunicación de masas
4. Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.

5. Diseñar proyectos de investigación relacionados con la responsabilidad social de las empresas de comunicación
6. Evaluar la calidad periodística desde el punto de vista profesional y ético de los contenidos de los media
7. Identificar malas prácticas en la actividad de las empresas periodísticas atendiendo a los principios de responsabilidad corporativa.
8. Planear estudios de equipo y con carácter multidisciplinar en el campo de la comunicación con carácter social
9. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

## Contenido

Tema tratados:

1. Ética periodística y participación ciudadana.
2. Visibilización mediática de los temas sociales.
3. Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación.
4. Espectacularización de la información política.

## Metodología

1. Clases magistrales
2. Estudio de casos
3. Lecturas
4. Tutorías
5. Realización de trabajos

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Clases	25	1	10
Estudio de casos	5	0,2	9
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Tutorías	15	0,6	2
<b>Tipo: Autónomas</b>			
Realización de un trabajo de curso, lecturas	105	4,2	10, 4

## Evaluación

Diseño de un proyecto de comunicación atendiendo a los principios de responsabilidad corporativa (50%)

Participación en sesiones y debates (20%)

Pruebas de seguimiento de los contenidos (30%)

Se podrá reevaluar el proyecto en el calendario marcado por la coordinación del máster.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Diseño de un proyecto de comunicación o paper académico atendiendo a los principios de responsabilidad corporativa	50	0	0	9, 5, 8, 10
Participación en sesiones y debates	20	0	0	1, 2, 7, 4
Pruebas de seguimiento de los contenidos	30	0	0	6, 2, 3

## Bibliografía

L'espectacularització de la informació política als mitjans catalans i els seus efectes en la ciutadania (2008-2010)

Doctoranda: CARRILLO, Nereida

Directora: Carme Ferré (UAB)

Programa de Doctorat: Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB)

La visibilització dels temes socials a través dels mitjans. El cas de les tripulacions abandonades a la Mediterrània

Doctoranda: GAYÀ, Catalina

Directora: Carme Ferré (UAB)

Programa de Doctorat: Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB)

La familia homosexual en la ficción televisiva: las prácticas narrativas de Brasil y España como relatos de las nuevas representaciones afectivo-amorosas

Doctoranda: MARTINS, Aline

Directora: Carme Ferré (UAB)

Programa de Doctorat: Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB)

La comunicación en la formación de actores sociales en ambientes de riesgo. Análisis de casos desde la comunicación alternativa con grupos de jóvenes

Doctoranda: MELLO, Fernanda

Directora: Carme Ferré (UAB)

Programa de Doctorat: Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB)

La comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su incidencia en la reputación de las empresas de comunicación

Doctorand: OROZCO, Jaime A.

Directora: Carme Ferré (UAB)

Programa de Doctorat: Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB)

La responsabilidad social corporativa en la gestión de las empresas de comunicación. Tres casos de empresas de comuninación iberoamericanas (2008-2011) (tesi doctoral en curs)

Doctoranda: TOLOTTI, Cristiane

Directora: Carme Ferré (UAB)

Programa de Doctorat: Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB)