

**Màrqueting Sociopolític**

Codi: 42228  
Crèdits: 10

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313148 Màrqueting	OT	0	2
4313335 Ciència Política / Political Science	OT	0	2
4317157 Recerca Avançada en Ciència Política / Advanced Research in Political Science	OT	1	2

**Professor/a de contacte**

Nom: Agustí Bosch Gardella

Correu electrònic: agusti.bosch@uab.cat

**Equip docent**

Guillem Rico Camps

**Utilització d'idiomes a l'assignatura**

Llengua vehicular majoritària: anglès (eng)

**Equip docent extern a la UAB**

Marta Gallina

Paula Zuluaga

Stefano Camatarri

**Prerequisits**

Students enrolled in this course are expected to have a bachelor's degree level in political science or in any other social science discipline. Students are encouraged to gain familiarity with the following books, particularly if they have degrees from other disciplines:

- Dalton, R.J. (2013) Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies. CQ Press
- Negrine, R. and Stanyer J. (eds) (2007) The Political Communication Reader. Routledge.

**Objectius**

The first aim of this module is to understand the scientific bases of electoral behaviour. Thus, we will study what the causes of the vote are and will analyse the models that try to predict it. The second aim of the module deals with the communicative bases of politics. Thus, we will analyse how political actors, the media, and the people at large interact with political communication. The final aim of the module is to familiarize the student with the current debates on public opinion and electoral issues.

**Competències**

#### Màrqueting

- Abordar situacions i/o problemes empresarials que puguin comportar un dilema ètic a partir d'una reflexió crítica.
- Analitzar dades d'enquesta mitjançant el programari estadístic adequat.
- Argumentar i redactar informes precisos i clars sobre problemes comercials plantejats.
- Desenvolupar habilitats comunicatives en presentacions orals davant de públics crítics.
- Dissenyar i executar investigacions de mercat.
- Traslladar a l'àmbit sociopolític l'anàlisi, la planificació i el disseny d'estratègies en el màrqueting.
- Treballar en equips de caràcter interdisciplinari.

#### Ciència Política / Political Science

- Analitzar el comportament i les actituds polítiques dels ciutadans i els processos de comunicació política en els quals estan immersos.
- Aplicar les tècniques qualitatives i quantitatives d'anàlisi necessàries per a l'anàlisi sistemàtica i rigorosa d'aspectes concrets de la realitat política.
- Dissenyar un projecte de recerca que satisfaci els criteris de rigor i excel·lència acadèmica.
- Elaborar i redactar projectes i informes tècnics i acadèmics de manera autònoma fent ús de la terminologia, l'argumentació i les eines analítiques adequades a cada context.
- Treballar en equips de caràcter internacional i interdisciplinari, els membres dels quals tenen orígens i trajectòries diferents.

#### Recerca Avançada en Ciència Política / Advanced Research in Political Science

- Analitzar el comportament i les actituds polítiques dels ciutadans i els processos de comunicació política en els quals estan immersos.
- Aplicar tècniques qualitatives i quantitatives avançades a l'anàlisi sistemàtica i rigorosa d'aspectes concrets de la realitat política.
- Dissenyar i dur a terme un projecte de recerca que satisfaci els criteris de rigor i excel·lència acadèmica.
- Elaborar i redactar projectes i informes tècnics i acadèmics de manera autònoma fent ús de la terminologia, l'argumentació i les eines analítiques adequades a cada context.
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüïtats.
- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Treballar en equips de caràcter internacional i interdisciplinari.

## Resultats d'aprenentatge

1. Abordar situacions i/o problemes empresarials que puguin comportar un dilema ètic a partir d'una reflexió crítica.
2. Analitzar dades d'enquesta mitjançant el programari estadístic adequat.
3. Analitzar dades d'enquesta mitjançant el programari estadístic apropiat.
4. Argumentar i redactar informes precisos i clars sobre problemes comercials plantejats.
5. Descriure les diferents teories sobre els efectes i conseqüències de la comunicació política i saber estimar el seu impacte real en contextos concrets.
6. Desenvolupar habilitats comunicatives en presentacions orals davant de públics crítics.
7. Dissenyar i dur a terme una anàlisi a través d'enquestes coneixent els diferents aspectes (qüestionari, mostreig, mode d'administració).
8. Dissenyar i dur a terme una anàlisi a través d'enquestes i conèixer-ne els diferents aspectes (qüestionari, mostreig, mode d'administració).
9. Dissenyar i portar a terme una anàlisi mitjançant enquestes i conèixer-ne els diferents aspectes (qüestionari, mostreig, mètode d'administració).
10. Distingir les fonts de dades per a l'estudi de problemes sociopolítics.

11. Elaborar i redactar projectes i informes tècnics i acadèmics de manera autònoma fent ús de la terminologia, l'argumentació i les eines analítiques adequades a cada context.
12. Fer observables i quantificables els fenòmens sociopolítics.
13. Identificar els actors clau del sistema polític i els seus repertoris d'acció, interessos i recursos.
14. Identificar els actors clau del sistema polític: els seus repertoris d'acció, interessos i recursos.
15. Identificar les diferents variables implicades en un problema d'investigació sociopolític i com es relacionen entre si.
16. Identificar les diferents variables implicades en un problema de recerca sociopolític i com es relacionen entre si.
17. Interioritzar les funcions, temps, eixos de competició i indicadors de les eleccions.
18. Plantejar un ampli rang de dissenys d'investigació diferents per a respondre diferents preguntes d'investigació de caràcter sociopolític i saber quin és el més adequat en cada ocasió.
19. Plantejar un ampli rang de dissenys de recerca diferents per respondre diferents preguntes d'investigació de caràcter sociopolític i saber quin és més adequat en cada ocasió.
20. Plantejar un ampli rang de dissenys de recerca diferents per respondre diferents preguntes de recerca de caràcter sociopolític i saber quin és el més adequat en cada ocasió.
21. Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
22. Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
23. Reconèixer el funcionament de les principals institucions polítiques i com aquestes poden incidir en el comportament dels ciutadans.
24. Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
25. Treballar en equips de caràcter interdisciplinari.
26. Treballar en equips de caràcter internacional i interdisciplinari, els membres dels quals tenen orígens i trajectòries diferents.
27. Treballar en equips de caràcter internacional i interdisciplinari.
28. Utilitzar el llenguatge visual i verbal més freqüent a les campanyes electorals i institucionals.
29. Utilitzar el llenguatge visual i verbal més freqüent en les campanyes electorals i institucionals.
30. Utilitzar recursos per a la presentació atractiva i resumida de dades i resultats en matèria d'anàlisi sociopolític.
31. Utilitzar recursos per a la presentació atractiva i resumida de dades i resultats en matèria d'anàlisi sociopolítica.

## Continguts

### Part 1. Electoral Behaviour

- 1.1. The social-position bases of the vote: cleavages and alignments
- 1.2. The value bases of the vote: party identification, ideology and policy moods
- 1.3. The personal bases of the vote: the importance of the leaders
- 1.4. Issue voting and niche party support
- 1.5. The spatial models of party competition: proximity and directionality
- 1.6. Economic voting: the importance of the economic situation
- 1.7. Strategic voting: the importance of the electoral system
- 1.8. Event voting: how events shape election outcomes
- 1.9. Multilevel politics and second-order elections

1.10. Non-voting: causes and antecedents

1.11. The political consequences of non-voting

## Part 2. Political Communication

2.1. Introduction to political communication. Political actors and the news media

2.2. Ownership and regulation of the media

2.3. Contemporary media systems

2.4. Media, political knowledge and participation

2.5. Agenda-setting effects

2.6. Issue framing and priming

2.7. Other media effects and conclusions on media effects

2.8. Election campaigns

2.9. Social media and contemporary democracies: an introduction

2.10. Digital footprints: what social media reveal about citizens' political attitudes and behaviour

2.11. Vote seekers (and getters?): online party rhetoric and its electoral effects

2.12. Political consequences of social media: the relationship with (mis)information and polarization

## Part 3. Public Opinion

3.1. Public Opinion and its measurement: an introduction

3.2. Public Opinion Formation: a review of theories;

3.3. Public Opinion and policy responsiveness: the problem of mass-elite congruence;

3.4. Challenges in Public Opinion Research: the 'social desirability' issue and the quality of public opinion polls

3.5. Populism (i): Conceptualization and Measurement

3.6. Populism (ii): Causes and Consequences

3.7. Emotions in Politics

3.8. Motivated Reasoning

## **Metodologia**

A typical session will include a lecture plus a common discussion of the compulsory readings. Here, a student will present a paper and the rest of the class will discuss the conclusions. All students are expected to read the compulsory readings for the seminar and to prepare their interventions.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

## **Activitats formatives**

---

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Lectures	40	1,6	5, 12, 13, 14, 15, 17, 21, 23, 24, 28, 29
Seminars	22,5	0,9	10, 15, 21, 22, 31
Tipus: Supervisades			
Essay writing	21,5	0,86	4, 11, 12, 16, 26, 27
Reading	50	2	5, 10, 16, 17

## Avaluació

The evaluation will take into account two items: written assignments and the weekly discussion of the compulsory readings.

The discussion of the compulsory readings will proceed as follows. A student will present a paper and the rest of the class will discuss the conclusions. All students are expected to read the compulsory readings for the week and to prepare their interventions, but presenters are in charge of proposing two or three questions about the compulsory readings of the session they present to be discussed in class.

The assignments may be written in English, Spanish or Catalan.

The lecturers will provide further details and information about the evaluation process during the presentation of the module.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Discussion of compulsory readings	50	58	2,32	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31
Essay for part 1	25	29	1,16	24
Essay for part 2	25	29	1,16	24

## Bibliografia

The syllabus contains detailed bibliography for each lecture.

## Programari

Not applicable