

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
NombreCompleto	Historia del Pensamiento
Código	E000004235
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Impartido en	Grado en Comunicación Audiovisual [Primer Curso] Grado en Periodismo [Primer Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Primer Curso] Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Primer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Jaime Vázquez Allegue
Horario	Ver WEB
Horario de tutorías	Solicitar cita previa
Descriptor	<p>Recorrido histórico por las corrientes de pensamiento que más han marcado los valores individuales y colectivos de la civilización de este comienzo de siglo. Profundización en el papel que los comunicadores tienen en la interpretación y explicación de los hechos. Comprensión de la génesis y desarrollo de las ideas, valores y creencias que las han configurado. Periodistas, guionistas, directores de cine y creadores publicitarios proponen al gran público reflexiones sobre el significado de lo que ocurre con una inmediatez que el pensador profesional no puede conseguir. Es por ello que los miembros de estas profesiones deben conocer las corrientes de pensamiento que más han marcado los valores individuales y colectivos de la civilización en este comienzo de siglo. El curso se enmarca con una descripción de la modernidad y de la llamada posmodernidad. Los contenidos se plantean a partir de las preguntas sobre la identidad del hombre, sobre las posibilidades del lenguaje y sobre el papel de</p>

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Jaime Vázquez Allegue
Departamento / Área	Departamento de Ciencias Sociales y Jurídicas
Despacho	12
Correo electrónico	jvallegue@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA



Contextualización de la asignatura

Aportación al perfil profesional de la titulación

El perfil de un periodista, publicista o comunicador, o de una persona dedicada a la comunicación desde cualquiera de los prismas propuestos en este grado, es en primer lugar el de una persona bien formada, con un conocimiento global de lo que es el mundo, el hombre y la sociedad actual en la que está inserto. La forma de mirar es lo que dará calidad al profesional de la comunicación; y eso no se aprende con las técnicas o las tecnologías más punteras, sino que es fruto de una reflexión, pensamiento y una introspección sosegada sobre lo que es el hombre, la sociedad y el sentido. Esta asignatura proporciona no sólo la materia para la reflexión, sino también los modos de hacerla.

Prerrequisitos

Historia y Filosofía elemental

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG01	Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación y cada tipo de público de acuerdo con un nivel equivalente a C1 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para el ámbito específico de los estudios de comunicación
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG12	Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.
CG14	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.

TRANSVERSALES



CT01	Ser capaz de comprender y producir una amplia variedad de textos así como expresarse de forma oral y escrita con fluidez y corrección en las lenguas oficiales y, al menos, en una lengua extranjera.
CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT10	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.
CT11	Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.
CT12	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.
ESPECÍFICAS	
CE01	Conocer y entender las estructuras y políticas económicas, psico-sociales, culturales y demográficas de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.
CE05	Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.

Resultados de Aprendizaje

RA1	Aplicar claves interpretativas para cualquier fenómeno comunicativo desde el punto de vista social, histórico y económico.
RA2	Conocer el estado de la realidad sociocomunicativa tanto a nivel local como global.
RA3	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.
RA4	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Se pretende que el alumnado, al acabar esta asignatura, sea capaz de descubrir y valorar el sentido crítico y reflexivo a través de la evolución

que la historia de la filosofía y la historia del pensamiento occidental ha ido desarrollando. Además, y por tratarse de una asignatura que forma parte de los estudios relacionados con el mundo de la comunicación, se pretende que el alumno sepa referenciar la praxis de los medios de comunicación con las teorías que los sustentan, identifique y localice el marco teórico en el que se sustenta la evolución de la comunicación social contemporánea; identifique los procesos económicos que vive la sociedad contemporánea; aplique valores a la comprensión del mundo contemporáneo y a la práctica de las actividades de comunicación; analice críticamente el papel de los medios de comunicación, los productos audiovisuales, y sus protagonistas, en la cultura contemporánea; encaje el presente en un proceso histórico de los medios y sus agentes; asocie el papel de las normas jurídicas con la mecánica y los impactos que tienen los medios de comunicación en la sociedad.

BLOQUE 1

1. Características generales del pensamiento
2. El pensamiento en la antigüedad
3. El pensamiento en la Edad Media
4. El pensamiento en la Época Moderna
5. El pensamiento en la Época Contemporánea
6. El pensamiento en la Postmodernidad
7. La hermenéutica
8. Pensamiento y Medios de Comunicación
9. Pensamiento y Periodismo
10. Pensamiento y Comunicación Audiovisual
11. Pensamiento y Publicidad

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

- Interacción profesor-estudiante (Presencial/on-line)
- Centradas en el profesor Clases teóricas y clases prácticas. 45h 35%
 - Centradas en el estudiante Seminarios, talleres y exposiciones de trabajos. 15h 15%

Metodología No presencial: Actividades

- Trabajo autónomo del estudiante (No presencial)
- Estudio y trabajo individual Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad

de evaluación. 45h 25%

- Estudio y trabajo en grupo Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación. 45h 25%

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
45,00	15,00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90,00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prueba de desarrollo	Examen tipo test de 20 preguntas. Necesidad de acertar 11 para aprobar la prueba	40 %
Participación en clase	Aportaciones al conjunto de la clase	20 %
Críticas - Reseñas	Serán valoradas las aportaciones originales	20 %
Elaboración de un trabajo individual	El trabajo será expuesto al resto de compañeros en clase	20 %

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
1 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas		
2 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas - Talleres		
3 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas - Talleres		

4 Lecciones magistrales - Ejercicios 1,5 horas - Talleres		
5 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas - Talleres		
6 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas - Talleres		
7 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas - Visita Medio		
8 Lecciones magistrales - Ejercicios 1,5 horas		
9 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas		
10 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas		
11 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas		
12 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas - Talleres		
13 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas - Talleres		
14 Lecciones magistrales - Ejercicios 3 horas - Talleres		

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- AYER, Alfred. El positivismo lógico. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1977.
- PIKAZA, Xabier. Diccionario de Pensadores Cristianos, Verbo Divino, Estella 2010.
- DEWEY, John. La opinión pública y sus problemas. Madrid: Ediciones Morata, 2004.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. Los elementos del periodismo. Madrid: Ediciones El País, 2003.
- LIPPMANN, Walter. La opinión pública. Madrid: Langre, 2003. (Public Opinion, 1922).
- MILL, John Stuart. Sobre la libertad. Madrid: Espasa Calpe, 1991.

Bibliografía Complementaria

- FREUD, Sigmund. El malestar de la cultura. Madrid: Alianza, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles. Los tiempos hipermodernos. Barcelona: Anagrama, 2004.
- TAYLOR, Charles. Fuentes del yo: la construcción de la identidad moderna. Barcelona: Paidós, 2006.
- VATTIMO, Gianni. El fin de la modernidad: nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna. Barcelona: Gedisa, 1998.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. Aforismos. Cultura y valor. Madrid: Espasa Calpe, 1996.