

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>Nombre completo</b>	Sociología de la Comunicación
<b>Código</b>	E000004231
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas</a>
<b>Impartido en</b>	Grado en Comunicación Audiovisual [Primer Curso]
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	6,0 ECTS
<b>Carácter</b>	Básico
<b>Responsable</b>	Dr. Ricard Mamblona Agüera
<b>Horario</b>	A determinar
<b>Horario de tutorías</b>	A determinar
<b>Descriptor</b>	Sociología de la Comunicación es una materia dentro del módulo de Ciencias Sociales y Jurídicas y proporciona al estudiante una visión global de dónde se inscriben los estudios de grado en Comunicación Audiovisual, Periodismo o Publicidad, de las realidades más cercanas, de los métodos de investigación y estudio referidos a los fenómenos sociales en los que participa.

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Ricardo Mamblona Agüera
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Correo electrónico</b>	rmamblona@cesag.comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
El comunicador audiovisual, el periodista o el publicista trabajan en un contexto social en el que asumen un papel significativo. La Sociología de la Comunicación proporciona el marco para entender esta función así como su importancia, peso o cuestionamientos. Siendo importante en todos los aspectos de estas profesiones de comunicación, esta materia es de primera importancia para el perfil de investigador, docente y consultor de comunicación.
<b>Prerequisitos</b>
Conocimientos básicos de inglés, sociología y filosofía. La materia exige un conocimiento básico de filosofía

porque la Sociología de la Comunicación se sustenta en visiones filosóficas de la vida, de la comunicación y de las potencialidades del hombre. En otro orden de cosas, la mayor parte de los estudios de esta materia se encuentran en idioma inglés por lo que una capacidad de comprensión de este idioma es importante.

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

<b>CG01</b>	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
<b>CG08</b>	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.
<b>CG13</b>	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.

#### TRANSVERSALES

<b>CT04</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
<b>CT05</b>	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
<b>CT10</b>	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.
<b>CT11</b>	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.
<b>CT12</b>	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.

#### ESPECÍFICAS

<b>CE05</b>	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

<b>RA1</b>	Aplicar claves interpretativas para cualquier fenómeno comunicativo desde el punto de vista social, histórico y económico.
<b>RA2</b>	Conocer el estado de la realidad sociocomunicativa tanto a nivel local como global.
<b>RA4</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

1. Las teorías de la comunicación y la sociología. Visión general de la asignatura. Perspectivas.
2. El funcionalismo. Antecedentes. Primeros autores: Lasswell, Lazarsfeld. Teorías matemáticas de la comunicación. Funcionalismo evolucionado. Teoría de la Agenda Setting. Teoría de la Espiral de Silencio
3. Las teorías de los efectos. Teoría de los Usos y gratificaciones.
4. La sociedad de la información. Escuela de Palo Alto. Escuela de Toronto: McLuhan.
5. Las teorías críticas. Marxismo. Escuela de Frankfurt, Adorno, Habermas. Esfera Pública y derivaciones, Nancy Frazer.
6. Estudios Culturales y derivaciones contemporáneas: Stuart Hall, John Fiske, Nick Couldry y líneas generales de Estudios Culturales. Post modernismo: Jameson, Baudrillard. Foucault. Globalización: Castells, Appadurai.
7. Sociología de la cultura, Bourdieu. Conceptos centrales, aplicaciones en la sociedad moderna

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

#### Metodología Presencial: Actividades

- Clases teórica
- Seminarios

#### Metodología No presencial: Actividades

- Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de evaluación
- Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de evaluación

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

### HORAS PRESENCIALES



Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
45.00	15.00
<b>HORAS NO PRESENCIALES</b>	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>	

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen final	Mínimo: un 4. Recuperable	30
Trabajo en grupo	Recuperable	50
Participación Mínimo: asistencia al 80 por ciento de las clases.	No recuperable	20

### Calificaciones

Examen final, mínimo un 4.

Participación, mínimo un 80 por ciento de asistencia.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

- Igartua, J.L. Y Humanes, M.L. Teoría e investigación en Comunicación Social. Editorial Síntesis. Madrid, 2004
- Martín Serrano, M. Teoría de la Comunicación. Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Madrid. 1981
- Mc Quail, D. Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas. Paidós Comunicación. Barcelona 1999
- Moragas, M. Teorías de la Comunicación. GG editorial. Barcelona 1993.
- Muñoz, B. Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas. Editorial Fundamentos. Madrid. 2005



### **Bibliografía Complementaria**

- Beck, A., Bennett, P. & Wall, P. Communication Studies: The Essential Resource. Routledge. London. 2004
- De Fleur, M.L. Y Ball-Rokeach, S.J. Teorías de la comunicación de masas. Paidós Comunicación Barcelona 1993
- Fiske, J. Introduction to Communication Studies. Routledge. London 1990.
- Mc Quail, D. Mc Quail's Reader in Mass Communication Theory. Sage. London 2004
- Noelle Neumann, E. La espiral de Silencio. Paidós Comunicación. Barcelona 1995 Vallbuena de la Fuente, F. Teoría general de la Información.
- Editorial Noesis. Madrid, 1997

### **Otros recursos**

- Aula virtual, de uso obligatorio

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)