
Marketing, comunicación, periodismo y opinión pública

VUSP: Universidad de Villanova (2015)

Código: COM 3390.

Fechas: del 14/8/2015 al 18/12/2015

Duración: 45.0 horas

Lugar: Facultad de Filosofía y letras. Cádiz

Profesores: María de los Ángeles Robles Morales.

ESTRUCTURA DEL CURSO

Este curso comprende 45 horas distribuidas como sigue:

- Instrucción presencial: Tres horas diarias de clase presencial a la semana (45 horas).
- En el horario lectivo se incluyen tres visitas pedagógicas (6 horas) a *Diario de Cádiz*, Delegación Territorial de Canal Sur y *La Voz del Sur*.

OBJETIVOS DEL CURSO

Este curso tiene como objetivo fomentar la capacidad crítica y de análisis de los alumnos a través de la reflexión y el estudio de los varios niveles de lectura que ofrece la información proporcionada por los medios de comunicación escritos y audiovisuales. Se examinará cómo influyen estas noticias en la formación de la opinión pública y cómo los usuarios, a partir de la generalización de la Web 2.0, influyen en la determinación de lo “noticiable” y en su difusión.

Objetivos docentes específicos

- Fomentar en el alumnado la capacidad de análisis de la información escrita y audiovisual (Información/Publicidad).
- Distinguir los distintos géneros periodísticos, su función y su alcance.

- Reconocer y delimitar la influencia de las tecnologías de la información y la comunicación en la evolución de los medios de comunicación.

Competencias transversales genéricas

1. Habilidades lingüísticas en el español como lengua en el aula.
2. Habilidades lingüísticas en el español como medio comprensivo, analítico y expresivo (oral y escrito).
3. Habilidades para procesar y analizar información a partir de textos propuestos.
4. Habilidades de investigación.
5. Habilidades de integración en el entorno.

Competencias específicas

1. Conocimientos de la historia y evolución de los medios de comunicación en España y Europa.
2. Reconocimiento de los distintos géneros periodísticos y su uso.
3. Desarrollo de noticias en distintos formato.
4. Analizar la realidad a través de la imagen que ofrecen los medios de comunicación.

METODOLOGÍA

Se utilizará un metodología eminentemente práctica que utilizará la exposición teórica únicamente como elemento dinamizador de las sesiones. Se ofrecerá a los alumnos la posibilidad de construir el discurso formativo a partir del análisis de los textos y vídeos propuestos y contando con su propia experiencia como receptores de la información:

La exposición de los contenidos teóricos se llevará a cabo a través de explicaciones, lecturas y comentarios compartidos de textos y vídeos seleccionados de diferentes medios de comunicación.

Debates entre los alumnos **a partir de los temas propuestos.**

El desarrollo de los contenidos estará apoyado en los recursos didácticos audiovisuales disponibles en el aula.

Trabajos prácticos de carácter personal que el alumnado deberá desarrollar en torno a los contenidos desarrollados y a los temas propuestos.

Visitas pedagógicas para que el alumnado tenga un contacto directo con los profesionales y las empresas periodísticas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación del alumno será continua. En la nota final se reflejarán los siguientes elementos:

- **Participación activa en clase.** Interés por las materias impartidas y participación activa en los diálogos, discusiones y foros que se produzcan. La asistencia, así como la puntualidad, será obligatoria. Cada ausencia habrá de ser justificada suficientemente. La tercera falta podría suponer su evaluación negativa. **30% de la calificación final.**
- **Pruebas parciales (centrada en las primeras siete sesiones y las siete últimas).** Redacción en clase de dos comentarios sobre noticias de actualidad propuestas para que los estudiantes demuestren la adquisición de conocimientos y la relación de conceptos explicados. **35% (17'5 x 2) de la calificación final.**
- **Creación de una presentación audiovisual** individual sobre un tema previamente elegido entre las materias expuestas durante el curso. Las

presentaciones se realizarán los últimos días de clase **35% de la calificación final.**

100%

NOTA: Para superar la asignatura global es imprescindible aprobar cada una de sus partes

CONTENIDOS

BLOQUE 1	El periodismo español en el ámbito europeo
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Orígenes y Primeros Pasos. ✓ El Siglo XIX. ✓ El Siglo XX.
BLOQUE 2	Géneros periodísticos. Análisis y alcance.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Clasificación. Definición. Estructura. ✓ Función. Contexto. Oportunidad. ✓ Nuevos géneros. Nuevos medios.
BLOQUE 3	Periodismo y redes sociales

Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevos soportes. Nueva gestión. Nueva organización. ✓ Periodistas en la red. ✓ Periodismo y gestión de la comunidad virtual.
-------------------	--

BLOQUE 4	Periodismo y opinión pública
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Redes sociales y opinión pública ✓ Recomendación. Difusión. Viralidad. ✓ Tiempos, impacto y repercusión de la información.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

FUENTES, Juan Francisco, FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, Javier. (1997). Historia del periodismo español. *Prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Madrid, Síntesis.

SEOANE, María Cruz y SÁIZ, M^a Dolores. (2007). *Cuatro siglos del Periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*. Madrid, Alianza Editorial.

Complementaria

FLORES VIVAR, Jesús Miguel. (2014) *Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales*. Madrid, Fragua.

CRUCIANELLI, Sandra. (2008). *Herramientas digitales para periodistas*. Knight Center.

GARCÍA AVILÉS, Alberto. (2015). *Comunicar en la sociedad red: Teoría, modelos y prácticas*. U.O.C (UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA).