

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2013-2014

POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Identificación y características de la asignatura

Denominación y código	Política y medios de comunicación (200568)		
Créditos (T+P)	4 + 2		
Titulación			
Centro	Biblioteconomía		
Curso		Temporalización	2º Cuatrimestre
Carácter	Libre Elección		
Descriptor (BOE)			
Despacho y correo-e	Despacho: 102 correo: plorenzo@alcazaba.unex.es		
Página web personal			

Objetivos y/o competencias

- .- Conocer los rasgos definitorios de la opinión pública española
- .- Conocer los parámetros que explican el comportamiento electoral
- .- Conocer el sistema de partidos español y su sistema electoral
- .- Conocer y elaborar: campañas de imagen de candidatos y campañas electorales

Temas y contenidos
(especificar prácticas, teoría y seminarios)

- I.- Sociedad civil y política
- I.1.- La opinión pública: actitudes políticas
- I.1.1.- ¿Qué es la opinión pública?
- I.1.2.- Teorías sobre la opinión pública
- I.1.3.- El interés por la política
- I.1.4.- Valoración de la política y de los políticos
- I.1.5.- Los temas que preocupan a la sociedad
- I.1.6.- Los posicionamientos ideológicos
- I.2.- El comportamiento electoral
- I.2.1.- Principales teorías
- I.2.2.- La abstención
- I.2.3.- El momento de decidir
- I.2.4.- Estructura y composición del voto
- I.2.5.- Los motivos del voto en España
- I.2.6.- El sistema de partidos en España
- I.2.7.- El sistema electoral español
- I.2.8.- Ejemplos de procesos electorales
- III.- La comunicación política
- III.1.- La comunicación política en la actualidad
- III.2.- La construcción de la imagen del político
- III.2.1.- La imagen del candidato
- III.2.2.- La humanización del candidato
- III.3.- Las campañas electorales
- III.3.1.- Objetivos generales
- III.3.2.- Diseño de la campaña
- III.3.3.- Los mensajes electorales y preelectorales
- III.3.4.- Como ser una buena noticia
- III.3.5.- La cobertura mediática de las campañas
- III.4.- Las campañas de los Nuevos Movimientos Sociales
- III.5.- Las crisis y los escándalos políticos

Las principales actividades prácticas serán:

Colectivas:

análisis de encuestas de opinión pública y electorales

análisis de resultados electorales

análisis de imágenes de prensa, de campañas de comunicación política y de anuncios electorales

En grupos reducidos:

Elaboración de un anuncio electoral (optativo)

Criterios de evaluación

Habrá dos opciones:

1^a Examen tipo test sobre los contenidos de la asignatura

2^a Elaboración de un anuncio electoral. Para poder elegir esta opción, los alumnos deberán cumplir con tres requisitos:

1^o Acreditar asistencia a las clases

2^o El proyecto y la composición del grupo que lo elabore deberán ser autorizados previamente por el profesor

3^o El desarrollo del trabajo será tutorizado por el profesor mediante reuniones periódicas de asistencia obligatoria

Bibliografía

Para los temas de sociología política: BENEDICTO, J. y MOR N, M.L. (eds.), *Sociedad y política: temas de sociología política*, Madrid, 1995

Para los temas de comunicación política: CANEL, M^a J., *Política y comunicación*, Madrid, Tecnos, 2001 y MARTÍN SALGADO, L., *Marketing político: arte y ciencia de la persuasión en democracia*, Barcelona, Paidós, 2002

La bibliografía específica se suministrar  en clase

Horario de tutorías

LUNES: 10-12 h.

MARTES: 10-12 h.

MIÉRCOLES: 10-12 h.