

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL CONSUMO (2016-17)**DATOS GENERALES**

Código 43621

Créditos ECTS 5

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
SOCIOLOGIA II	SOCIOLOGIA	SÍ	SÍ
SOCIOLOGIA I	SOCIOLOGIA		

Estudios en que se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS

Contexto de la asignatura

El papel de las tecnologías de la información y la comunicación, así como de los medios de comunicación y de las redes sociales está siendo fundamental en el cambio de los estilos de vida y los hábitos de consumo actuales. Por esta razón, es crucial entender cómo son las relaciones que se producen entre individuo, organizaciones y sociedad desde la doble perspectiva de la comunicación y el consumo, y que están íntimamente ligadas en el día a día de nuestra sociedad contemporánea.

Bajo esta premisa, durante el desarrollo de la asignatura son tratados, de manera teórica y práctica, los diferentes enfoques propuestos sobre las repercusiones e implicaciones de la comunicación y el consumo en la sociedad actual. Para ello, se discuten y analizan las diferentes teorías relativas a la materia de estudio y, paralelamente, se lleva a cabo de manera práctica el análisis y estudio de casos específicos en la actualidad.

La asignatura SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL CONSUMO es una asignatura optativa del Master en Comunicación e Industrias Creativas que consta de 5 créditos.



OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2016-17)

- Comprender los enfoques teóricos sobre Sociología de la Comunicación y del Consumo.
- Identificar y aplicar los conocimientos teóricos a partir del estudio de casos reales en la actualidad.
- Diseñar una investigación desde el campo de estudio de la comunicación y el consumo.
- Presentar oralmente los trabajos realizados.



CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2016-17)

Tema 1: Teorías en torno a la sociología de la comunicación

Tema 2: Efectos de los Medios de Comunicación de Masas. El análisis empírico de los efectos mediáticos. De la bala mágica a los efectos limitados. Agenda-setting, framing, teorías del cultivo y espiral del silencio.

Tema 3: Teorías en torno al concepto de consumo

Tema 4: De una sociedad de consumidores a una cultura consumista

Tema 5: Tecnologías de la Información y la Comunicación y Sociedad. Nuevas formas de comunicar, nuevas formas de consumir.

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2016-17

El sistema de evaluación de la asignatura propuesta es continuo. Se valorará la realización de cuatro trabajos prácticos individuales a desarrollar a lo largo del curso, así como un trabajo de diseño de investigación a realizar en grupo. Aquellos alumnos que no puedan asistir a clase con regularidad podrán realizar los ejercicios individuales a partir de las instrucciones que se irán incorporando al campus virtual.

En el caso de no superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, los resultados obtenidos en los diferentes apartados se guardarán hasta la convocatoria extraordinaria.

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Deberá realizarse en grupo. Consistirá en el diseño de un proyecto de investigación y su exposición en clase. En la evaluación del diseño se valorará el uso adecuado de fuentes y la correcta elaboración de los diferentes apartados: planteamiento de la investigación, marco teórico y estado de la cuestión, y apartado metodológico. La exposición será evaluada atendiendo tanto a cuestiones formales como de contenido, supondrá un 20% de la nota final del trabajo y constituye una herramienta de evaluación no recuperable.	Diseño de un proyecto de investigación	30
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	A lo largo del curso se realizarán 4 ejercicios prácticos de carácter individual relacionados con los diferentes bloques temáticos de la asignatura. Deberán ser entregados por escrito para su evaluación. Podrán ser entregados de manera parcial a lo largo del curso o global en las fechas establecidas por la facultad para la evaluación de la asignatura. En la evaluación de los ejercicios se tendrá en cuenta la participación en el aula, así como los siguientes criterios: elaboración fundamentada y razonada; utilización adecuada de fuentes; incorporación y correcta interpretación de los contenidos trabajados en la asignatura.	Ejercicios individuales	70

