

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL CONSUMO (2017-18)**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 (2017-18)

- 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.
- Resolver supuestos prácticos relacionados con el campo de estudio de la comunicación y el consumo.
- Presentar oralmente los trabajos realizados.



CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2017-18)

Tema 1: Teorías en torno a la sociología de la comunicación. Poder y comunicación. Efectos de los Medios de Comunicación de Masas.

Tema 2: Tecnologías de la Información y la Comunicación y Sociedad. Nuevas formas de comunicar, nuevas formas de consumir.

Tema 3: Teorías en torno al concepto de consumo.

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

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2017-18

Observaciones generales de la evaluación:

El sistema de evaluación de la asignatura propuesta es continuo. Se valorará la realización de trabajos prácticos individuales o de grupo a desarrollar a lo largo del curso; así como la superación de dos pruebas de validación. 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 la segunda convocatoria y siguientes, la única prueba de evaluación consistirá en un examen sobre los contenidos teóricos vistos en clase.

El Máster en Comunicación e Industrias Creativas forma a profesionales de la comunicación. Como la comunicación escrita es esencial en la labor profesional de cualquier comunicador, la exigencia del profesorado en la corrección en la expresión escrita del alumno (ortografía, sintaxis, claridad expositiva) será especialmente rigurosa. Las faltas de ortografía o las incorrecciones en la expresión podrán conllevar disminución de la nota o, en casos especialmente graves, suspenso de la asignatura.

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	A lo largo del curso se realizarán ejercicios prácticos de carácter individual o colectivo 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	80
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Se realizarán dos pruebas de validación a lo largo del desarrollo de la asignatura. Una a mitad del calendario de la misma y la otra al final. Es de carácter individual. Es una herramienta de evaluación complementaria a la evaluación continua y consiste en la realización de una prueba escrita en la que el estudiante ha de responder a cuestiones relativas a los ejercicios prácticos realizados durante el curso.	Pruebas de validación	20

