

## GRAU EN MITJANS AUDIOVISUALS

### 104122 - MODELS SOCIALS I PUBLICITAT

#### Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Primer
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
  - Maria Fernanda Luna Rassa <[mlunar@tecnocampus.cat](mailto:mlunar@tecnocampus.cat)>
  - Juan Rafael Ventura Alvarez <[jventura@tecnocampus.cat](mailto:jventura@tecnocampus.cat)>

#### Llengües de docència

- Català
- Castellà

#### Presentació de l'assignatura

Curs que realitza una introducció a la definició de comunicació, les teories sobre la comunicació de masses i els seus efectes i la comunicació persuasiva. En aquest curs s'explica com es fa recerca científica i el disseny de la metodologia de recerca sobre un tema comunicatiu. També tracta la publicitat com a forma de comunicació i els seus efectes des de l'àmbit social. Tenint en compte els canvis en la comunicació incorpora debats actuals relacionats amb la comunicació digital i amb les cultures nacionals i globals en els quals està immersa.

L'assignatura s'imparteix en català i castellà. Algunes lectures i materials de vídeo complementaris poden estar en anglès.

#### Competències/Resultats d'aprenentatge

##### Específica

- E12\_Planificar estratègies empresarials relacionades amb els fenòmens econòmics i socials típics de la societat del benestar i la indústria de l'entreteniment digital. Convertir idees en actes de forma creativa i innovadora

##### Bàsiques i Generals

- G1\_ Que els estudiants hagin demostrat tenir i comprendre coneixements en la seva àrea d'estudi que parteixin de la base de l'educació secundària general, i s'acostuma a trobar a un nivell que, amb el suport de llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de la vanguardia del seu camp d'estudi

No definides

#### Continguts

<b>Contingut 1: Què entenem per comunicació?</b>	Dedicació: 29h	Grup gran/ teoria: 8h Activitats dirigides: 6h Aprentatge autònom: 15h
Descripció	<p>En aquest contingut es treballa:</p> <p>1.1. Definicions. Comunicació, informació i significació.</p> <p>1.2. Components de la comunicació.</p> <p>1.3. Tipus de comunicació.</p> <p>1.4. Receptors i audiències. Tipus de públic.</p> <p>1.5. Comunicació de masses. Cultura de masses.</p> <p>1.6. Mitjans de comunicació de masses. Origen, funcions i dimensions.</p> <p>1.7. Característiques de la comunicació audiovisual.</p> <p>1.8. Nou paradigma de la comunicació. El trencament de la massa.</p>	
Activitats vinculades	<p>Activitat 1: Elaboració d'un projecte científic d'investigació en grup.</p> <p>Activitat 2: Desenvolupament d'un projecte científic d'investigació en grup.</p> <p>Activitat 3: Presentació parcial.</p> <p>Activitat 5: Activitats a l'aula.</p>	

<b>Contingut 2: La comunicació des de la Ciència</b>	Dedicació: 35h	Grup gran/ teoria: 5h Activitats dirigides: 4h Aprentatge autònom: 26h
Descripció	<p>En aquest contingut es treballa:</p> <p>2.1. La ciència que estudia la comunicació.</p> <p>2.2. La comunicació com a objecte d'estudi.</p> <p>2.3. Mètodes i tècniques d'estudi de la comunicació.</p> <p>2.4. Teories de la comunicació.</p> <p>2.5. Models de la comunicació.</p> <p>2.6. Teories sobre els efectes de la comunicació de masses.</p>	
Activitats vinculades	<p>Activitat 1: Elaboració d'un projecte científic d'investigació en grup.</p> <p>Activitat 2: Desenvolupament d'un projecte científic d'investigació en grup.</p> <p>Activitat 3: Presentació parcial.</p> <p>Activitat 5: Activitats a l'aula.</p> <p>Activitat 6: Examen final.</p>	

<b>Contingut 3: La comunicació persuasiva</b>	Dedicació: 26h	Grup gran/ teoria: 5h Activitats dirigides: 6h Aprentatge autònom: 15h
---	----------------	--

Descripció	<p>En aquest contingut es treballa:</p> <p>3.1. Definició. Convèncer, persuadir i manipular.</p> <p>3.2. Propaganda, màrqueting i publicitat.</p> <p>3.3. Finalitats i objectius de la publicitat.</p> <p>3.4. El missatge publicitari: forma, contingut i planificació.</p> <p>3.5. La publicitat audiovisual: formats i característiques.</p> <p>3.6. Models d'espots televisius publicitaris.</p> <p>3.7. Nou paradigma de la publicitat i la propaganda contemporània.</p> <p>3.8. La publicitat i la propaganda a internet i amb les noves tecnologies.</p> <p>3.9. <i>Neuromàrqueting</i>.</p>
Activitats vinculades	<p>Activitat 2: Desenvolupament d'un projecte científic d'investigació en grup.</p> <p>Activitat 3: Presentació parcial.</p> <p>Activitat 4: Anàlisi d'un spot o una forma de comunicació persuasiva.</p> <p>Activitat 5: Activitats a l'aula.</p> <p>Activitat 6: Examen final.</p>

<b>Contingut 4: La publicitat com a element social</b>	Dedicació: 21h	<p>Grup gran/ teoria: 4h</p> <p>Activitats dirigides: 5h</p> <p>Aprenentatge autònom: 12h</p>
Descripció	<p>En aquest contingut es treballa:</p> <p>4.1. Aparició i evolució de la publicitat.</p> <p>4.2. Subjectes de l'activitat publicitària.</p> <p>4.3. El model de la societat consumista. Públics objectius.</p> <p>4.4. Efectes de la publicitat.</p>	
Activitats vinculades	<p>Activitat 2: Desenvolupament d'un projecte científic d'investigació en grup.</p> <p>Activitat 3: Presentació parcial.</p> <p>Activitat 4: Anàlisi d'un spot o una forma de comunicació persuasiva.</p> <p>Activitat 5: Activitats a l'aula.</p> <p>Activitat 6: Examen final.</p>	

<b>Contingut 5: La Societat de la Informació</b>	Dedicació: 22h	<p>Grup gran/ teoria: 4h</p> <p>Activitats dirigides: 3h</p> <p>Aprenentatge autònom: 15h</p>
Descripció	<p>En aquest contingut es treballa:</p> <p>5.1. Definició i denominacions de la societat contemporània.</p> <p>5.2. Paradigma informacional i postmodernitat.</p> <p>5.3. Tendències socials, econòmiques i comunicatives.</p> <p>5.4. Globalització i comunicació. El paper de les TIC.</p> <p>5.5. La comunicació digital: implicacions perceptives, psicològiques i socials.</p> <p>5.6. Noves eines i formats de comunicació.</p>	

Activitats vinculades	Activitat 2: Desenvolupament d'un projecte científic d'investigació en grup. Activitat 3: Presentació parcial Activitat 5: Activitats a l'aula. Activitat 6: Examen final.
-----------------------	---

<b>Contingut 6: Comunicació, publicitat i democràcia</b>	Dedicació: 17h	Grup gran/ teoria: 4h Activitats dirigides: 3h Aprenentatge autònom: 10h
Descripció	En aquest contingut es treballa: 6.1. El rol sociopolític de la comunicació en la societat actual. 6.2. Els mitjans de comunicació com actors polítics. 6.3. Opinió pública. <i>Agendasetting, framing i priming</i> . 6.4. Principis ètics, de legislació bàsica i codis deontològics. 6.5. Comunicació, cultura i identitat. L'espai nacional de comunicació. 6.6. Democràcia electrònica. Teories i perspectives sobre democràcia i Internet.	
Activitats vinculades	Activitat 2: Desenvolupament d'un projecte científic d'investigació en grup. Activitat 5: Activitats a l'aula. Activitat 6: Examen final.	

## Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 12 - Consum i producció responsables
- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

## Sistema d'avaluació i qualificació

L'avaluació és continuada i es centra en cinc blocs de treballs o proves:

1. Elaboració d'un projecte científic d'investigació d'un fenomen comunicatiu i, posteriorment, el desenvolupament o treball de recerca, pròpiament, d'aquest projecte. La planificació del projecte compta un 15% de la nota final i l'elaboració del treball un 15% més. El treball es realitza en grups de 3-5 persones.
2. Activitats i exercicis a l'aula: durant la sessió es realitzen preguntes, debats, exercicis en grup o individuals per reforçar i aplicar en casos pràctics el contingut de la teoria. Un 10% de la nota final.
3. Una presentació parcial que representa el 15% de la nota total del curs i recull la meitat del contingut de l'assignatura.
4. Una anàlisi d'un spot i presentació de la mateixa, en grups de 5-6 persones, que compte un 10% de la nota final.
5. Un examen final que compte el 35%.

En resum:

Projecte científic d'investigació:	15%
Desenvolupament del projecte:	15%
Participació d'activitats a l'aula:	10%
Presentació parcial:	15%
Anàlisi d'un spot i presentació	10%
Examen final:	35%

Per fer mitjana de l'assignatura es requereix nota mínima de 5 (cinc) a l'examen final.

**Recuperació:**

La recuperació de l'assignatura es realitzarà mitjançant un examen que recollirà tot el contingut teòric de la mateixa. Les activitats d'avaluació continuada no entraran a l'examen.

Segons la normativa vigent del centre, tan sols es podran presentar a l'examen de recuperació els estudiants que hagin participat en un nombre significatiu de les activitats d'avaluació del curs i no hagin arribat al 5 de nota mitjana final de l'assignatura. Només aquells que s'hagin presentat als exàmens durant el curs es poden presentar a la recuperació.

**Normes de realització de les activitats**

Les activitats a classe es plantejaran en format de petit grup o de forma individual.

És obligatori i necessari per seguir les activitats del curs llegir i treballar totes les lectures obligatòries proposades.

Les activitats s'han de realitzar amb la correcció formal que exigeixen els treballs acadèmics.

Els treballs han de ser originals i, en cas d'incorporar-hi aportacions de tercers, aquestes han d'estar citades amb l'estil adequat.

La identificació de plagi es considera una circumstància greu que pot comportar una qualificació de suspens a l'assignatura. En cas de detecció de plagi s'informarà a la coordinació del grau per tal que es puguin prendre les mesures disciplinàries corresponents.