



GUIA DOCENT

SOCIOLOGIA I PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ

Coordinació: SERES SEUMA, TERESITA DEL NIÑO JESUS

Any acadèmic 2023-24

Informació general de l'assignatura

Denominació	SOCIOLOGIA I PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ			
Codi	101962			
Semestre d'impartició	2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals	2	TRONCAL/BÀSICA	Presencial
Nombre de crèdits assignatura (ECTS)	6			
Tipus d'activitat, crèdits i grups	Tipus d'activitat	PRAULA	TEORIA	
	Nombre de crèdits	3	3	
	Nombre de grups	2	2	
Coordinació	SERES SEUMA, TERESITA DEL NIÑO JESUS			
Departament/s	FILOLOGIA I COMUNICACIÓ			
Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant	- Classes Presencials (HP): 30 sessions de 2h = 60 hores - Treball Autònom (TA): 90 hores			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			
Idioma/es d'impartició	Català i anglès (en dos grups)			
Distribució de crèdits	6 crèdits grup en català 6 crèdits grup en anglès			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
ERTA MAJÓ, ARNAU	arnau.erta@udl.cat	7,2	
SERES SEUMA, TERESITA DEL NIÑO JESUS	teresa.seres@udl.cat	6	

Objectius acadèmics de l'assignatura

Identificar els conceptes bàsics i els paradigmes de l'anàlisi sociològica i la seva aplicació a l'anàlisi de la comunicació.

Identificar les principals teories i metodologies referides al camp de la psicologia de la comunicació

Desenvolupar una mirada crítica cap al context mediàtic, social i ideològic.

Apreciar la importància del debat teòric i les metodologies d'investigació científica en sociologia, així com la seva aplicació a l'anàlisi de la comunicació.

Desenvolupar un coneixement adequat sobre la funció social dels mitjans de comunicació

Competències

Competències:

Generals:

CG3. Aplicar els coneixements teòrics a l'activitat pràctica

CG7. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva

CG8. Valorar el respecte a la diversitat i pluralitat d'idees.

Específiques

CE4. Descriure les principals teories en l'àmbit dels mitjans de comunicació social i les seves elaboracions conceptuals

CE7. Identificar i aplicar els fonaments ètics i la deontologia professional a l'exercici de les activitats relacionades amb els mitjans de comunicació

CE8. Aplicar el mètode científic de forma adequada a la investigació a l'àmbit de la comunicació, així com exposar els resultats dels processos d'investigació.

Continguts fonamentals de l'assignatura

1. La mirada sociològica

1.1. Què és la sociologia?

1.2. Sociologia de la comunicació (de masses)

1.3. Conceptes clau en sociologia de la comunicació

1.4. La recerca en sociologia de la comunicació: mètode qualitatiu i quantitatiu

2. Sociologia funcionalista de la comunicació

2.1. Introducció

2.2. Efectes i funcions

2.3. Efectes a curt termini

2.4. Efectes a llarg termini

3. Teoria social crítica

3.1. Introducció a la teoria social crítica i característiques

3.2. Principals corrents i autor(e)s: l'escola de Frankfurt, l'economia política de la comunicació, teoria culturoològica, teoria del cultiu

3.3. Conceptes i estudis

3.4. Altres perspectives

4. Estudis culturals. Cultura postmoderna

4.1. Les perspectives dels Estudis Culturals

4.2. La postmodernitat i la cultura postmoderna

5. Psicologia de la percepció i psicologia social (de la comunicació)

5.1. Psicologia de la percepció

5.1.1. Introducció

5.1.2. Conceptes

5.2. Psicologia social

5.2.1. Introducció

5.2.2. Psicologia en les relacions interpersonals

5.2.3. Psicologia i cognició social

Eixos metodològics de l'assignatura

Metodologia docent: combina classes presencials i treball autònom

A) Hores presencials a l'aula (HP)

- Classes magistrals: Exposició dels continguts de l'assignatura de manera oral per part de la professora.
- Debat dirigit: Promoure l'expressió i la comprensió oral en una conversa col·lectiva en la qual el tema pot ser preparat, però no el desenvolupament de les intervencions.
- Activitat en col·laboració: Activitat d'aprenentatge que s'ha de fer mitjançant la col·laboració dels membres d'un grup.
- Treball escrit: Activitat consistent en la presentació d'un document escrit.
- Estudi de casos: Mètode utilitzat per a estudiar un individu, una institució, un problema, etc. de manera contextual i detallada.
- Tutories: guiatge, assessorament i resolució de dubtes en grups reduïts o individualment.

C) Treball autònom (TA)

- Pràctiques, exercicis, lectures o estudi d'altres materials, qüestionaris, etc.
- Discussions en línia mitjançant fòrums.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

Cronograma orientatiu per als dos grups:

TEMA 1	Setmanes 1-3
TEMA 2	Setmanes 4-6
TEMA 3	Setmanes 7-9
TEMA 4	Setmanes 10-12
TEMA 5	Setmanes 13-15

Sistema d'avaluació

1. Proves escrites/exàmens [25%]:	
Exàmens parcials (inclouran continguts del temari i lectures proposades)	5 exàmens x 5% = 25%
2. Treballs [65%]:	
a) Activitats de síntesi (en grup)	4 activitats= 25%
b) Activitats de seguiment (individuals i en grup)	25%
c) Exposició grupal d'una lectura proposada	15%
3. Assistència i intervenció a classe [10%]	10%
TOTAL	100%

*La nota final per aprovar l'assignatura és 5/10. En aquesta assignatura les proves d'avaluació no podran ser recuperades ja que cap d'elles individualment no és igual o superior al 30% de la nota final.

*En cas que la nota final de l'assignatura sigui 4,9; 6,9 o 8,9, el professorat de l'assignatura valorarà fer un arrodoniment a l'alça (5, 7 i 9 respectivament) depenent del rendiment de l'estudiant a l'assignatura.

*L'avaluació és continuada. Els/les estudiants que combinin els estudis amb una feina a temps complet o una feina a temps parcial amb horari coincident amb les classes tenen dret a demanar avaluació alternativa en un termini de 5 dies des del començament del semestre. Per a més informació, envieu un correu electrònic a academic@lletres.udl.cat o adreceu-vos a la Secretaria de la Facultat de Lletres.

*El plagi està prohibit. En cas de plagi, s'aplicarà el que estableix la "Normativa de l'avaluació i la qualificació de la docència en els graus i màsters a la UdL".

Bibliografia i recursos d'informació

Bailey, Stephen (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (3rd ed.). Oxon: Routledge.

Boyd-Barrett, Oliver, & Braham, Peter (2013). *Media, knowledge and power*. Routledge.

Briggs, Asa, Burke, Peter. (2002). *De Gutenberg a Internet: Una historia social de los medios de comunicación*. [A Social History of the Media. From Gutenberg to the Internet]. (M. A. Galmarini, Trad.). Madrid: Taurus.

Bruce, Steve, & Yearley, Steven (2006). *The SAGE dictionary of sociology*. SAGE Publications.

Bryant, Clifton D., Peck, Dennis L. (Eds.). (2007). *21st Century Sociology: A Reference Handbook*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Bryant, Jennings, & Oliver, Mary Beth (2009). *Media Effects: Advances in Theory and Research* (3rd ed.). Routledge

Buceta, Luis. (1992). *Fundamentos psicosociales de la información*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

Eadie, William F. (Ed.). (2009). *21st Century Communication: A Reference Handbook*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Espinar, Eva; Frau, Carlos; González, María José; Martínez, Rodolfo (2006). *Introducción a la sociología de la educación*. Universidad de Alicante

Fiske, John (1990). *Introduction to communication studies* (2nd ed.). London: Routledge.

Gibson, James J. (2014). *The ecological approach to visual perception: classic edition*. Psychology Press.

Goldstein, Bruce E. (Ed.). (2005). *Blackwell Handbook of Sensation and Perception*. Blackwell Publishing.

Grondin, Simon (2016). *Psychology of perception*. Sage.

Gubern, Romà (1996). *Del bisonte a la realidad virtual*. Taurus Editorial.

Gubern, Romà (2000). *El eros electrónico*. Taurus Editorial.

Howes, David, & Classen, Constance (2013). *Ways of sensing: Understanding the senses in society*. Routledge.

Klein, Naomi (2010): *No logo. El poder de las marcas*. Paidós.

Littlejohn, StephenW. & Foss, K.A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. London: Sage.

- Lundby, Knut (Ed.). (2014). *Mediatization of Communication*. De Gruyter.
- Mc Quail, Denis. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Méndez Rubio, Antonio (2008). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Universitat de València.
- Moragas, Miguel de (1986). *Sociología de la comunicación de masas*. IV Volumes. Editorial Gustavo Gili.
- Mucchielli, Alex (1998). *Psicología de la comunicación*. Paidós.
- Muñoz, Kristine (2011). *Com m'han pogut convèncer?: les dimensions socials i culturals de la persuasió* (Vol. 4). Editorial UOC.
- Myers, David G. & Twenge, Jean M. (2018). *Exploring Social Psychology* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Poe, Marshall T. (2011). *A history of communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Roiz, Miguel. (2005). *Sociología de la comunicación y cultura de masas*. LaberintoLA
- Schramm, Wilbur & Roberts, Donald F. (eds.). (1971). *The process and effects of mass communication*. Urbana: University of Illinois Press
- Serrano, Sebastià (1993). *Comunicació, societat i llenguatge*. Empúries
- Serrano, Sebastià (1999). *Comprendre la comunicació: el llibre de la comunicació, el sexe i la poesia*. Proa.
- Serrano, Sebastià (2003). *El regal de la comunicació*. Ara Llibres.
- Serrano, Sebastià (2004). *L'instint de la seducció*. Ara Llibres
- Turner, Bryan S. (Ed.). (2006). *The Cambridge dictionary of sociology*. Cambridge University Press.
- Turow, Joseph (2014). *Media today: Mass communication in a converging world* (5th ed.). Routledge.
- Wolf, Mauro. (1987) *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.