

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Contenido teórico	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 1	Tema 1. Orígenes y desarrollo de la Sociología de la Comunicación 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. La comunicación como objeto de análisis 1.3. La investigación sobre comunicación de masas 1.4. Temas de investigación en la comunicación de masas	Trabajo: <i>Comunicación y sociedad</i> (0,5 puntos)	*Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del curso (0,1 puntos cada una) Test Tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 2	Tema 2. Opinión Pública y medios de comunicación 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Los antecedentes de la opinión pública 2.3. La concepción clásica de la opinión pública 2.4. La sociedad de masas y los medios de comunicación de masas 2.5. La opinión pública en el siglo XX. Las aportaciones de Habermas, Noelle-Neumann y Luhmann 2.6. La opinión pública y los sondeos 2.7. La opinión pública y los medios de comunicación		Test Tema 2 (0,1 puntos)	Lectura: <i>Tensiones históricas en el concepto de opinión pública</i> (0,5 puntos)
Semana 3	Tema 3. Los efectos de la comunicación de masas 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. La evolución histórica en el estudio de los efectos de la comunicación de masas 3.3. Las principales teorías en el estudio de los efectos mediáticos		Test Tema 3 (0,1 puntos)	Lectura: <i>Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada</i> (1 punto)
Semana 4	Tema 4. Técnicas para la medición de audiencias I 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Clasificación de las técnicas para la medición de audiencias 4.3. Control de ventas de prensa: OJD 4.4. Procedimientos cuantitativos	Trabajo: Propuesta de trabajo final (0,25 puntos)	Test Tema 4 (0,1 puntos)	
Semana 5	Tema 5. Técnicas para la medición de audiencias II 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Métodos de observación electrónicos: audímetro 5.3. Métodos cualitativos para investigar la audiencia		Test Tema 5 (0,1 puntos)	
Semana 6	Tema 6. Técnicas para la medición de audiencias (III) 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Conceptos clave 6.3. Investigación en Internet 6.4. Taxonomía de instrumentos de medición en Internet		Test tema 6 (0,1 puntos)	

	Contenido teórico	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 7	Tema 7. El cuarto poder I 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Introducción 7.3. Modelos de relación entre poder y comunicación 7.4. Teoría político-económica de los medios de comunicación de masas 7.5. Pautas de relación entre los distintos poderes		Test tema 7 (0,1 puntos) Foro: <i>La sátira política en TV: ¿el quinto poder?</i> (0,15 puntos)	
Semana 8	Tema 8. El cuarto poder II 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Procesos de control y propiedad de las comunicaciones masivas internacionales 8.3. Identidad cultural y comunicación	Trabajo: Boceto de trabajo final (0,25 puntos)	Test tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 9	Tema 9. El cuarto poder III 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Comunicación y desigualdad social 9.3. Comunicación, participación y acción colectiva		Test tema 9 (0,1 puntos)	
Semana 10	Tema 10. Repercusiones de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación I 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. El nacimiento de la sociedad de la información 10.3. Características de la nueva sociedad 10.4. Argumentos a favor y en contra de las nuevas tecnologías		Test tema 10 (0,1 puntos)	Lectura: <i>¿Google nos está volviendo estúpidos?</i> (0,5 puntos)
Semana 11	Tema 11. Repercusiones de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación II 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Evolución y fuentes de información sobre Internet 11.3. Internet en las organizaciones	Trabajo: Presentación oral (0,5 puntos)	Test tema 11 (0,1 puntos)	
Semana 12	Tema 12. Repercusiones de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación III 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? alternativos 12.2. Orígenes y características de la actividad publicitaria en Internet 12.3. Tipos y formas de publicidad en Internet 12.4. Ventajas y desventajas de la publicidad en Internet		Test tema 12 (0,1 puntos)	
Semana 13	Tema 13. Comunicación en la empresa y en las organizaciones I 13.1. ¿Cómo estudiar este tema? 13.2. Introducción 13.3. La comunicación y la complementación de comunicaciones internas y externas	Trabajo: Redacción del trabajo final (0,5 puntos)	Test tema 13 (0,1 puntos) Foro: Discusión de la película <i>Smoking room</i> (0,15 puntos)	
Semana 14	Tema 14. Comunicación en la empresa y en las organizaciones II 14.1. ¿Cómo estudiar este tema? 14.2. Los públicos en las organizaciones		Test tema 14 (0,1 puntos)	

	Contenido teórico	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 15	Tema 15. Comunicación en la empresa y en las organizaciones II 15.1. ¿Cómo estudiar este tema? 15.2. Comunicación formal e informal. Vectores direccionales de comunicación 15.3. Organigrama y sociograma		Test tema 15 (0,1 puntos)	
Semana 16	Semana de exámenes			

Esta **Programación semanal** puede sufrir alguna modificación en sus actividades si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.