DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	SOCIOLOGÍA		
Identificador:	31881		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
Módulo:	ESTRUCTURAS SOCIOECONÓMICAS Y PSICOLÓGICAS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS		
Tipo:	MATERIA BASICA		
Curso:	2	**Periodo lectivo:**	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	6	**Horas totales:**	150
Actividades Presenciales:	64	**Trabajo Autónomo:**	86
Idioma Principal:	Castellano	**Idioma Secundario:**	Inglés
Profesor:		**Correo electrónico:**	

PRESENTACIÓN:

Esta asignatura introduce al alumnado en la ciencia sociológica, cuyo objeto de estudio es el impacto que ejerce la sociedad en la vida de las personas. El programa persigue que el/ la alumno/ a reflexione acerca de temas fundamentales y actuales, como la creciente desconfianza hacia la clase política en las sociedades democráticas, el papel de la globalización, el ciberespacio, las migraciones internacionales, el rol de la mujer y del hombre en las sociedades contemporáneas o los cambios experimentados en la institución familiar. Para un/ a futuro/ a profesional de la comunicación que desempeñará su labor en un mundo globalizado y cambiante, esta iniciación en el estudio sistemático de la sociedad humana le otorgará una visión crítica y profunda de los diferentes fenómenos y procesos sociales que configuran la realidad en la que está inmerso.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis.
	G02	Resolución de problemas.
	G05	Trabajo en equipo.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G07	Compromiso ético.
	G08	Capacidad de trabajar en un contexto internacional.
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.
	G11	Capacidad de investigación.
Competencias Específicas de la titulación	E05	Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y el desarrollo operativo de la misma.
	E06	Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios.
	E13	Conocimientos fundamentales de comunicación sujeta a patrones de persuasión informativa, tanto de naturaleza promocional como específica de las disciplinas acogidas a dinámicas particulares de las relaciones públicas en las organizaciones, que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.
	E15	Capacidad para entender e interpretar el entorno particular de la publicidad y de las relaciones públicas y adaptarse al cambio que prevé un contexto extraordinariamente dinámico, mediatizado por nuevas metodologías y herramientas de gestión de la actividad profesional.
	E16	Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas en base al conocimiento y análisis del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que afecta al escenario profesional de la publicidad y las relaciones públicas; todo lo cual haga capaz al alumno de interactuar con la sociedad exitosamente, previendo con ello una serie de beneficios que redunden en beneficio de la persona/ empresa así como de la propia sociedad.
	E20	Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos. La formación del alumno en materias particulares de dirección responsable dentro del ámbito de las relaciones públicas, optimiza su inminente adscripción a dichos equipos profesionales; desplegando -desde la responsabilidad social y humana- una serie de habilidades directivas y de liderazgo en el contexto de una organización.
	E21	Destreza suficiente para desarrollar proyectos de investigación relacionados con la comunicación corporativa, el marketing y la publicidad, así como para aplicar después los resultados de dichas

		investigaciones, a la actividad profesional o a cualquier objetivo de otro orden.
	E24	Saber afrontar los proyectos y la toma de decisiones con perspectiva, consenso, autonomía, empatía y autocrítica; siendo, todas ellas, claves perfectamente insertas en el desarrollo de propuestas de identidad publicitaria, así como de prácticas que ahondan en actividades propias de la gestión de la comunicación en las organizaciones.
Resultados de Aprendizaje	R01	Conocer los rasgos fundamentales de la sociedad actual.
	R02	Aproximarse a los acontecimientos sociales con un sentido crítico y analítico.
	R03	Desarrollar la argumentación en el debate sobre cuestiones complejas del contexto social.
	R04	Identificar las principales perspectivas sociológicas.
	R05	Conocer los principales conceptos de la ciencia sociológica.

REQUISITOS PREVIOS:

No se necesitan requisitos previos para cursar esta asignatura.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

Esta guía docente refleja la planificación semanal del GRUPO A, que difiere con respecto a la del GRUPO B (por coincidencia de festivos, etc.); dichos cambios quedan reflejados en la semana correspondiente de la tabla.

Por lo tanto, las horas presenciales para el GRUPO A son 64 y las de trabajo autónomo 86. Para el GRUPO B, las horas presenciales son 60 y las de trabajo autónomo 90.

Las fechas de las pruebas finales para ambos grupos, en primera y segunda convocatoria, quedarán fijadas según el calendario oficial de exámenes.

Contenidos de la materia:

1 - INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA.
1.1 - INTRODUCCIÓN: La imaginación sociológica.
1.1.1 - ¿Qué es la Sociología?
1.1.2 - Origen y desarrollo del pensamiento sociológico.
1.2 - SOCIEDADES
1.2.1 - ¿Qué son las sociedades?
1.2.2 - Tipos de sociedad.
1.2.3 - Globalización.
1.2.4 - Cambio y sociedad.
2 - LOS CIMIENTOS DE LA SOCIEDAD.
2.1 - CULTURA Y SOCIALIZACIÓN.
2.1.1 - ¿Qué es la cultura?
2.1.2 - El proceso de socialización.
2.2 - GRUPOS Y ORGANIZACIONES SOCIALES.
2.2.1 - ¿Qué son los grupos sociales? Tipos y funciones.
2.2.2 - ¿Qué son las organizaciones sociales?
3 - ESTRUCTURAS, PRÁCTICAS E INSTITUCIONES SOCIALES.
3.1 - ESTRUCTURAS E INSTITUCIONES SOCIALES.
3.1.1 - Familias y hogares.
3.1.2 - Poder y gobierno.
3.1.3 - Los medios de comunicación y ciberespacio.
3.2 - ESTRATIFICACIÓN SOCIAL.
3.2.1 - El concepto de estratificación.

3.2.2 - Sistemas de estratificación.

3.2.3 - Desigualdad social.

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

Clases magistrales: Durante estas clases se explicarán los conceptos teóricos de la asignatura. Se proyectarán presentaciones a modo de guion o esquema con los principales contenidos de cada tema. El estudiante deberá complementar la información mediante la lectura de los textos propuestos, apuntes de clase, ejercicios prácticos y tutorías.
Se incluirán ejemplos prácticos para cada tema: estarán basados en textos breves que se pondrán a disponibilidad de los alumnos con suficiente antelación. Se recomienda que los alumnos lleven estos textos leídos antes de las clases teóricas para poder seguir mejor la explicación.
Además, durante las explicaciones teóricas se efectuarán evaluaciones formativas mediante el uso de dispositivos móviles: responderán a preguntas relacionadas con la teoría que se formularán mediante una aplicación informática. Estas evaluaciones formativas no repercuten en la calificación final del alumno. Podrán disponer de los cuestionarios completos para cada tema, lo que facilita la autoevaluación.

Clases prácticas/ talleres y resolución de ejercicios: El objetivo de estas clases es enlazar el conocimiento teórico desarrollado en durante las clases con contenidos actuales y ejemplos cotidianos. La metodología de enseñanza-aprendizaje que se pondrá en práctica durante estas sesiones, se corresponde con el método de estudios de caso.
Engloban los casos prácticos, debates, resolución de ejercicios y otras actividades prácticas.
Los estudiantes deben traer el material teórico al aula, preferentemente leído y trabajado antes de la clase práctica. Por lo general, trabajarán en pequeños grupos de unas 3 o 4 personas (se aconseja que los grupos se mantengan estables durante todo el curso). Se recomienda al menos un ordenador o dispositivo móvil por grupo.
Durante la primera parte de la clase los alumnos deberán leer individualmente una lectura breve o noticia/ anuncio actual relacionada con el tema de la asignatura que se esté impartiendo en ese momento. En grupos deberán analizar el texto, contestar a las preguntas, investigar o ampliar la información ofrecida… en función de las tareas asignadas.
En la segunda parte de la clase, se procederá a la resolución, puesta en común y debate del ejercicio propuesto.
Al finalizar la clase, los alumnos deberán entregar la práctica para su posterior corrección, seguimiento y evaluación por parte del docente. Todas las prácticas que se entreguen formarán parte del “Trabajo en grupo”, que se será objeto de evaluación.

Tutorías: en estas sesiones se resolverán las dudas que vayan surgiendo durante la asignatura, tanto individuales como en grupo, y se supervisará la evolución y desarrollo de los trabajos en equipo.

Otras actividades: Se prevé que durante el transcurso de la asignatura se complementen los temas con otras actividades, como visionado de películas o video fórums. Se ha programado el visionado de varios documentales o películas que reflejan parte del contenido de los capítulos que se estén impartiendo, de manera que permiten el análisis crítico de las mismas y se pueden fomentar un debate posterior sobre las mismas.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	32
	Casos prácticos	8
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	4
	Debates	2
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	4
	Proyección de películas, documentales etc.	4
	Otras actividades prácticas	4
	Actividades de evaluación	6
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	3
	Estudio individual	45
	Preparación de trabajos individuales	5

	Preparación de trabajos en equipo	13
	Tareas de investigación y búsqueda de información	6
	Lecturas obligatorias	10
	Lectura libre	4
	Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Pruebas escritas:	60	%
Trabajos individuales:	15	%
Trabajos en equipo:	25	%
TOTAL	100	%

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

GIDDENS, A. y SUTTON, P. Sociología. Madrid: Alianza, 2010. (6ª ed.).
IGLESIAS, J. y TRINIDAD, A. Leer la sociedad. Una introducción a la sociología general. Madrid: Tecnos, 2010. (3ª ed.).
MACIONIS, J. y PLUMMER, K. Sociología. Madrid: Prentice Hall, 2011. (4ª ed.).

Bibliografía recomendada:

BAUMAN, Z. Tiempos líquidos: Vivir en una época de incertidumbre. Barcelona: Tusquets, 2010. (3ª ed.).
BECK, U. La sociedad del riesgo: Hacia una nueva modernidad. Barcelona: Paidós, 2006.
CASTELLS, M. La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. 1, 2 Y 3. Madrid: Alianza, 2005.
DELLA-PORTA, D. y DIANI, M. Los movimientos sociales. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2011.
KLEIN, N. No logo: el poder de las marcas. Barcelona: Paidós, 2011.
ROCHER, G. Introducción a la sociología general (12ª ed.). Barcelona: Herder, 1996.
SCHAEFER, R. Introducción a la sociología. Madrid: McGraw Hill, 2006. (6ª ed.).
SZTOMPKA, P. Sociología del cambio social. Madrid: Alianza, 1995.
TEZANOS, J. F. Tendencias en estratificación y desigualdad social en España. Editorial Sistema, Madrid, 1997.
WILKINSON, R. y PICKETT, K. Desigualdad: Un análisis de la (in)felicidad colectiva. Madrid: Turner, 2009.

Páginas web recomendadas:

Cruz Roja Española (2009-). Boletín sobre vulnerabilidad social.	http://www.cruzroja.es/principal/web/estudios-e-innovacion/informes-de-vulnerabilidad
DIALNET (portal bibliográfico).	https://dialnet.unirioja.es/
Fundación Foessa. (2014). VII Informe sobre exclusión y desarrollo social en España.	http://www.foessa2014.es/informe/
Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2000-). Mujeres en cifras.	http://www.inmujer.gob.es/MujerCifras/Home.htm
Papers: Revista de sociología. (1973-). Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Departament de Sociología.	http://papers.uab.cat/
REIS: Revista española de investigaciones sociológicas. (1978-). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.	http://www.reis.cis.es/REIS/html/presentacion.html

Revista de estudios de juventud. (1984-). Madrid: Instituto de la Juventud.	http://www.injuve.es/conocenos/ediciones-injuve
RIS: Revista internacional de sociología. (1943-). Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Sección de Sociología.	http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia

* Guía Docente sujeta a modificaciones