



## GUÍA DOCENTE 2024-2025

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b>	Opinión pública y propaganda política		
<b>PLAN ESTUDIOS:</b>	<b>DE</b>	Máster Universitario en Comunicación Corporativa	
<b>FACULTAD :</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades		
<b>CARÁCTER ASIGNATURA:</b>	<b>DE</b>	<b>LA</b>	Optativo
<b>ECTS:</b>	3		
<b>CURSO:</b>	Primero		
<b>SEMESTRE:</b>	Segundo		
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b>	<b>EN</b>	<b>QUE</b>	<b>SE</b> Español
<b>PROFESORADO:</b>	Hadit Pamela Brito		
<b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b>	hadit.brito@uneatlantico.es		

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>REQUISITOS PREVIOS:</b>
No aplica
<b>CONTENIDOS:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tema 1. Opinión pública<ul style="list-style-type: none"><li>- Subtema 1.1. Opinión pública. Orígenes y conceptualización</li><li>- Subtema 1.2. Dewey y Lippman. Tradición clásica vs. tradición empírica</li></ul></li></ul>

- Subtema 1.3. La esfera pública y la espiral del silencio: dos modelos esenciales de opinión pública
- Subtema 1.4. Proceso de formación de la opinión pública
- Subtema 1.8. Construcción de la opinión pública por parte de los medios de comunicación
- Tema 2. Propaganda política
  - Subtema 2.1. Propaganda política. A modo de historia
  - Subtema 2.2. Conceptualización
  - Subtema 2.3. Propaganda vs. publicidad y relaciones públicas
  - Subtema 2.4. Principios y reglas de la propaganda política
  - Subtema 2.5. Sistema de propaganda
- Tema 3 Campañas de propaganda
  - Subtema 3.1. Oratoria
  - Subtema 3.2. Factores básicos de la motivación de la conducta de las masas y la acción propagandística
  - Subtema 3.3. Ejemplos de propaganda de guerra en conflictos bélicos recientes

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

<b>COMPETENCIAS GENERALES:</b>
Que los estudiantes sean capaces de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- CG4 - Poseer formación para integrar los conocimientos adquiridos y formular juicios críticos sobre los mismos.</li> <li>- CG5 - Tener la capacitación para comunicar sus conocimientos de modo claro a diversos tipos de público.</li> <li>- CG6 - Tener la capacitación teórica y práctica para desarrollar de manera autónoma actividades de actualización de conocimientos</li> </ul>
<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:</b>
No aplica.
<b>COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:</b>
Que los alumnos sean capaces de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- CEO3. Analizar los conceptos esenciales de información, interpretación y opinión pública, y el papel político de los medios de comunicación en la sociedad actual.</li> </ul>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b>

En esta asignatura se espera que alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Conceptualizar la propaganda política y su relación con procesos de generación de opinión pública.

## METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

### METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje cooperativo/ Trabajo en grupos
- Trabajo autónomo

### ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades supervisadas	Actividades de foro	11.25
	Supervisión de actividades	2.25
	Tutorías (individual / en grupo)	6
Actividades autónomas	Sesiones expositivas virtuales	6
	Preparación de las actividades de foro	8.25
	Estudio personal y lecturas	15.75
	Elaboración de trabajos (individual-en grupo)	7
	Realización de actividades de autoevaluación	14
	Elaboración de actividades prácticas (productos comunicativos en vídeo, audio, prensa y multimedia)	2.25
Actividades de evaluación	Actividades de evaluación	2.25

El día del inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

### CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Actividad de debate	5%
Actividad práctica ( elaboración de productos comunicativos en vídeo, audio, prensa y multimedia)	45%
Trabajo	15%
Prueba tipo test en línea	35%

Para más información consúltese [aquí](#).

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Calificación obtenida en la actividad práctica y de debate de la convocatoria ordinaria	50%
Trabajo	15%
Realización de una prueba tipo test	35%

Para más información consúltese [aquí](#).

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas por nivel de importancia:

- García, I. (s.f.) Opinión pública y propaganda política. Material didáctico propio elaborado para el máster.
- de Dios, S.; Romero-Rodríguez, L.; Aguaded, I. (2020): El lenguaje como creador de realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. Íconos. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/509/50963078008/50963078008.pdf>
- Galindo, F. (1998). El periodista, ante la espiral de silencio. Revista Latina de Comunicación Social, 4. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4abgalindo.htm>
- Manfredi-Sánchez, J. (2020): Globalización y poder: la consolidación de la comunicación internacional como disciplina. Artículo de revisión. El profesional de la información. [http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/ene/manfredi\\_es.pdf](http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/ene/manfredi_es.pdf)

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente

- Bobillo, F. (1987) La opinión pública. En Revista de estudios políticos. Nº 58.  
<https://recyt.fecyt.es/index.php/RevEsPol/article/view/48105>
- Domenach, J-M. (1962). La propaganda política. Eudeba. Buenos Aires, Argentina. Versión Digital.
- Fernández, R. (1997). La propaganda y la guerra. Editorial Arte y Literatura. Cuba.
- García, T. (1999). La propaganda como fuente de las relaciones públicas. Historia y comunicación social (4) 1999. no. 4, 35-46.
- Habermas, J. (1981) Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Gustavo Gili.
- Kaplún, M. (2003). Paradigmas y modelos de comunicación. Modelos de educación y modelos de comunicación, en Comunicación Social. Selección de textos. (1ra. ed). Editorial Félix Varela. Cuba.
- Lenin, V.I. (1979). Sobre la propaganda y la agitación. Editora Política. Cuba.
- Martín, J. (2010). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México.
- Ramonet, I. (2003) Propagandas silenciosas. Masas, televisión y cine. Editorial Arte y Literatura. La Habana, Cuba.
- Rodero, E. (2010). Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo. Universidad Pontificia de Salamanca. España.

#### **WEBS DE REFERENCIA:**

- Asociación Comunicación Política: <https://compolitica.com/>

#### **OTRAS FUENTES DE CONSULTA:**

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.