

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Opinión pública
Titulación	Grado en Comunicación Publicitaria
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	2º
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Semestre	S1
Curso académico	2020-2021
Docente coordinador	Lara Carrascosa Puertas

2. PRESENTACIÓN

La asignatura tiene por objeto **comprender la función de la opinión pública** en la sociedad y en los medios y **conocer las dinámicas y diseño de la comunicación** para influir en la conducta humana.

Para ello nos marcamos los siguientes **objetivos de la asignatura** que se resumen en los siguientes puntos:

- Conceptos de opinión pública, así como principales teorías aplicadas al estudio de la opinión pública.
- Formas de análisis de la opinión pública mediante las herramientas de investigación social.
- Conocimiento y manejo de la opinión pública en el sector publicitario.
- Desarrollo de campañas para influir en la opinión pública.

Se desarrollarán habilidades de diálogo, negociación y acercamiento a diferentes grupos de opinión, así como de trabajo equipo, exposición razonada y crítica de las ideas.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas y generales:

- **CB1:** Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- **CB2:** Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- **CB4:** Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- **CT1: Responsabilidad:** Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
- **CT4: Habilidades comunicativas:** Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
- **CT5: Comprensión interpersonal:** Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.
- **CT7: Trabajo en equipo:** Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
- **CT8: Iniciativa:** Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
- **CT9: Planificación:** Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
- **CT10: Innovación-Creatividad:** Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.

Competencias específicas:

- CE1. Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
- CE5. Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de comunicación.
- CE6. Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de comunicación publicitaria marcado.
- CE9. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.
- CE10. Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.

Resultados de aprendizaje:

- **R1: Conocer y manejar los diferentes métodos y técnicas de investigación social.**
- R2: Saber realizar una investigación y aplicarla en el desarrollo de la actividad profesional.
- **R3: Capacidad de desarrollar criterios propios, coherentes y argumentados sobre los procesos sociales para entender el proceso de comunicación y sus finalidades.**
- R4: Dominio de los fundamentos del comportamiento del consumidor, sabiendo analizar y relacionar las variables individuales que influyen en su conducta (motivación, emoción y personalidad) y aplicarlos al ámbito de la publicidad.
- **R5: Saber valorar la incidencia que tienen los aspectos psicosociales sobre la conducta de consumo de los individuos.**
- R6: El estudiante tendrá la capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de

manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB2, CB4, CT1, CT4, CT5, CT7, CT8, CT9, CT10	RA1
CB1, CB2, CB4, CT4, CT7, CT9, CT10	RA3
CB2, CB4, CE5, CE9, CE10	RA5

4. CONTENIDOS

Análisis de la opinión en la sociedad y en los medios
 Fundamentación de la retórica y la persuasión como técnicas de comunicación pública.
 Dinámicas y diseño de la comunicación para influir en la conducta humana
 Conocimiento teórico general de las figuras retóricas de comunicación por objetivos
 Herramientas y efectos persuasivos que produce en el receptor.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase Magistral
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Práctica en laboratorios de medios

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Ejercicios prácticos y participación oral	40 h
Resolución de problemas/ Trabajos dirigidos	70 h
Análisis de casos/trabajos en grupo/ investigaciones	60 h

Seminarios, foros o mesas redondas	60 h
Rol playing/ Debates/coloquios	50 h
Tutorías	20 h
TOTAL	300 h

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminarios/webinars	
Foros online	
Tutorías	

7. EVALUACIÓN

Con carácter general el sistema de evaluación que se establece en la Universidad es la evaluación continua, de acuerdo con lo previsto en el Reglamento de Evaluación para las titulaciones oficiales de Grado de la Universidad Europea de Canarias:

<http://canarias.universidadeuropea.es/soy-alumno-uec/informacion-academica/normativa>

La evaluación tendrá en cuenta los objetivos de aprendizaje, contenidos y competencias de la asignatura y se llevará cabo a partir de la definición de cada uno de ellos, estableciendo las evidencias de aprendizaje propias de cada nivel competencial en cada asignatura.

EVALUACIÓN CONTINUA

La evaluación tendrá un carácter continuo y formativo y podrá realizarse tanto a nivel individual como grupal, coherentemente con la naturaleza de las actividades formativas planteadas. Las actividades formativas evaluables se incluyen dentro de las siguientes **categorías de sistemas de evaluación detalladas en el módulo 2** al que pertenece la asignatura:

1. Pruebas de conocimiento
2. Exposiciones orales
3. Aprendizaje basado en un problema real
4. Observación del desempeño

Aplicando para esta asignatura los siguientes con sus pesos correspondientes:

- 1.- Pruebas de conocimiento 40 %

2.- Exposiciones orales	20 %
3.- Aprendizaje basado en un problema real	30 %
4.- Observación del desempeño	10 %

La nota final de la asignatura se calcula teniendo en cuenta los pesos en porcentaje de cada una de las categorías de la asignatura. **Para superar la asignatura el estudiante debe obtener la calificación de 5 o superior en cada una de las categorías de los sistemas de evaluación previstos en la ficha de la asignatura**, por lo que, si una de las categorías (pruebas de conocimiento, actividades evaluables) no ha sido superada, la asignatura será evaluada con un 4 como máximo pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es.

Si en la categoría **Pruebas de conocimiento** se incluyen dos o más pruebas, **solo se realizará la media entre ellas a partir de una calificación de 5** en cada una de las pruebas de conocimiento.

Se establece un **porcentaje de asistencia mínimo para la evaluación continua del 50 %**. La incorporación a la clase con más de 10 minutos de retraso se considera media falta de asistencia. El incumplimiento de este porcentaje de asistencia, conllevará el suspenso de la asignatura en convocatoria ordinaria, salvo casos excepcionales que serán debidamente valorados por el profesor. En caso de anulación extraordinaria de la impartición de la asignatura en formato presencial por fuerza mayor (causas meteorológicas, caída de la red eléctrica, etc.) adversas se podrá sustituir esta por una actividad de aprendizaje a realizar en el Campus Virtual de la asignatura.

Todos los estudiantes tienen derecho a dos convocatorias por curso académico en cada una de las asignaturas (ordinaria y extraordinaria).

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	40%
Exposiciones orales	20%
Aprendizaje basado en un problema real	30%
Observación de desempeño	10%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

Las partes aprobadas se guardarán para convocatoria extraordinaria. La nota final de la asignatura se calcula teniendo en cuenta los pesos en porcentaje de cada una de las categorías de la asignatura

Las actividades planteadas en equipo, ya sea en parejas o grupales, serán evaluadas como una unidad, en la que cada miembro es responsable de todo lo realizado y cada miembro es capaz de realizar y responder por cualquiera de las partes del mismo. No existen “partes” independientes.

Para superar la asignatura el estudiante debe obtener la calificación de 5 o superior en las categorías de los sistemas de evaluación previstos en la ficha de la asignatura, por lo que, si una de las categorías (pruebas de conocimiento, exposiciones orales, aprendizaje basado en un problema real y observación de desempeño) no ha sido superada, la asignatura será evaluada con un 4 como máximo pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas. **La no presentación de alguna de las partes suspendidas será calificada con un 0 (cero).**

En el caso del trabajo de Aprendizaje Basado en un Proyecto Real no superado/no presentado en convocatoria ordinaria, la recuperación debe hacerse de forma individual.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Exposiciones orales	A lo largo de todo el semestre
Observación de desempeño	A lo largo de todo el semestre
Aprendizaje basado en un problema real	15/01/2021

Pruebas de conocimiento	11/11/2020
Pruebas de conocimiento	13/01/2020

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Wolf, Mauro (1987). *La investigación en la comunicación de masas*. Paidós Ibérica.
- Aced, Cristina (2013). *Relaciones públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporative en el entorno digital*. Editorial UOC.
- Alonso Coto, Manuel A. *Marketing político 2.0: lo que todo candidato necesita saber*. Gestión 2000.
- Bauer, Wilhelm (2009). *La opinión pública y sus bases históricas*. Universidad de Cantabria.
- Beard, Mary (2018). *Mujeres y poder*. Crítica.
- Bengoechea, Mercedes (2004). *Perspectiva de género en la comunicación e imagen corporativa*.
http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/pub_jornadas/es_emakunde/adjuntos/perspectiva_genero_es.pdf
- D'alamo, Orlando (2007). *Medios de comunicación y opinion pública*. McGrawHill.
- Fernández, Antonia (coord.). *Las mujeres en la enseñanza de las ciencias sociales*. Síntesis educación.
- Frankfurt, Harry G. (2006). *Sobre la charlatenaría (on bullshit) y sobre la verdad*. Paidós ibérica.
- Habermas, Jürgen (1981). *Historia y crítica de la opinion pública*. Gustavo Gili.
- Marqués, Joaquín (2016). *Política y propaganda. Medios de comunicación y opinion pública*. UOC Ediciones.
- Monzón, Cándido (2006). *Opinión pública, comunicación y política*. Tecnos.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública, nuestra piel social*. Paidós Comunicación.
- Price, Vicent (1994). *La opinion pública. Esfera pública y comunicación*. Paidós Comunicación.

- VVAA. (2017). *En la era de la posverdad*. Calambur editorial.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.