

ANÁLISIS SOCIOLÓGICO PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Curso 2014/2015

(Código:29903045)

1.PRESENTACIÓN

El curso tiene un carácter eminentemente práctico y aplicado. Tiene como objeto la capacitación en la delimitación de problemas sociales, la preparación de información y la presentación de la misma a los distintos agentes que intervienen en el diseño de campañas de comunicación social. Se potenciará el trabajo en equipo, el análisis deliberativo y la presentación gráfica e icónica de la información.

2.CONTEXTUALIZACIÓN

La asignatura tiene el carácter de básica en la medida que pone en relación los conocimientos adquiridos en los distintos estudios de grado que competen al análisis de la realidad social con la actividad profesional que se exige a los consultores y técnicos en la preparación de campañas con fines sociales.

3.REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

Es altamente recomendable el conocimiento - a nivel de usuario- de programas para la elaboración de gráficos estadísticos. El manejo de programas de diseño gráfico, aunque no es imprescindible, ofrece mejores condiciones para el trabajo a realizar.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El seguimiento del curso permitirá el fortalecimiento de las siguientes competencias:

- Trabajo en equipo
- Análisis crítico de la realidad social
- Conocimiento de campañas de comunicación social
- Capacitación como consultor en las fases preliminares del diseño de campañas de comunicación social

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Al tratarse de una asignatura eminentemente práctica los contenidos se abordan de una forma amplia.

- Delimitación de categorías sociológicas



-Técnicas de recogida de información estadística, documental y discursiva

-Formatos de presentación de informe

6.EQUIPO DOCENTE

- [LUIS ALFONSO CAMARERO RIOJA](#)
- [ANTONIO FELIX VALLEJOS IZQUIERDO](#)

7.METODOLOGÍA

El curso aunque puede realizarse a distancia, dadas sus características de curso aplicado y el énfasis que tiene el trabajo en equipo combinará la enseñanza a distancia mediante el debate en el foro con distintas reuniones presenciales para el seguimiento y debate de los trabajos en curso.

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13): 9789682317910

Título: INICIACIÓN A LA PRÁCTICA SOCIOLÓGICA ([Edición española, 1ª ed.])

Autor/es: Champagne, Patrick ;

Editorial: SIGLO XXI

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

Comentarios y anexos:

Además del texto señalado como básico, la bibliografía se completa con los textos de técnicas de investigación y análisis de datos que habitualmente maneje el alumno. Dado el carácter aplicado tienen especial relevancia los recursos -documentos, objetos y páginas- que serán indicados en el curso virtual.

9.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

Durante el desarrollo del curso se analizarán distintas campañas de comunicación social que serán presentadas en el curso virtual.

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO



La tutorización y seguimiento del curso se hace por el propio equipo docente a través del foro así como por las reuniones presenciales que serán comunicadas en el curso virtual.

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Para la evaluación del curso cada equipo de trabajo presentará un panel en el que indicará el problema analizado, los principales hechos relevantes, y las líneas de trabajo que propone para la realización de la campaña de comunicación.

Además del panel se valorará la presentación oral y pública del trabajo, así como la defensa y debate frente al equipo docente y frente al resto del alumnado.

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.

