



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

SECCION DEPARTAMENTAL de Sociología Aplicada

CURSO 2019-20

Programa de

Cambio y Estructura Social (Cod. 803669)

GRADO: Publicidad y Relaciones Públicas

CURSO: 3º

ASIGNATURA: Optativa

CRÉDITOS: 6

PROFESORA: Ana Fernández Zubieta (a.fernandez.zubieta@ucm.es)

INTRODUCCIÓN

El curso se ha diseñado para que el alumnado adquiriera los conocimientos y habilidades para entender los factores de cambio y las estructuras de desigualdad de afectan a las sociedades actuales desde un punto de vista del análisis sociológico. La asignatura pretende abordar las dimensiones esenciales (conceptuales, teóricas y metodológicas) que permitan al alumnado aplicar los conocimientos adquiridos en las necesidades propias de grado. De este modo, el contenido temático, la metodología docente y el propio sistema de evaluación están encaminados al desarrollo por parte del estudiantado de las herramientas y habilidades para entender los factores sociales que permiten explicar el cambio y la estructura social en las sociedades actuales.

REQUISITOS

Aunque no es requisito indispensable, es muy aconsejable haber realizado la asignatura “Sociología” de primer curso de grado.

OBJETIVOS

Los principales objetivos son:

1. Familiarizar al alumnado con los conceptos y aproximaciones esenciales del cambio y la estructura social, en especial con los más pertinentes para explicar las sociedades actuales.
2. Capacitar al mismo para analizar críticamente perspectivas y fenómenos ligados al cambio y la estructura social desde un punto de vista conceptual y teórico.
3. Capacitar al estudiantado para realizar un análisis crítico basado en datos empíricos sobre los mismos fenómenos.
4. Articular las discusiones sobre cambio y estructura social en el marco de las políticas públicas y desarrollar habilidades para emitir información fundamentada en este sentido.

COMPETENCIAS

Generales

- CG2. Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.
- CG3. Conocimiento de los procesos de investigación e interrelacionales entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa.

Específicas

- CE3. Conocimiento teórico y aplicado de los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria: métodos, estrategias, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.
- CE9. Capacidad y habilidad para colaborar en el diseño del plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas.

CE13. Conocimiento, estudio y análisis de los procesos psicológicos básicos, sociológicos, psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación, atendiendo al propio ámbito y en su reflejo en los distintos públicos, así como de los modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.

Transversales

- CT1. Capacidad para obtener provecho de las diversas fuentes de información al alcance del alumno en las distintas materias de estudio para maximizar su formación y alcanzar así un rendimiento óptimo en el plano académico, personal y, posteriormente, profesional.
- CT2. Capacidad para desarrollar un razonamiento crítico coadyuvante en cualquiera de los contextos que van a conformar su futuro profesional.
- CT3. Capacidad para la detección, el análisis y la resolución de problemas en cualquiera de los ámbitos que van a conformar la vida académica y profesional del alumno; y para la aplicación de métodos instrumentales de carácter interdisciplinar necesarios para ello.
- CT4. Habilidad para poner en práctica un comportamiento creativo en aquellas situaciones que requieran de una solución novedosa y eficaz; involucrándose en su ejecución y adoptando un funcionamiento ágil y flexible.
- CT5. Capacidad para el trabajo e interacción en equipos multi e interdisciplinares, contribuyendo a la consecución de los objetivos previamente establecidos, y revirtiendo sus resultados en el aprendizaje personal y colectivo.
- CT6. Capacidad para adquirir un compromiso ético a nivel personal y social, manifiesto tanto en su comportamiento académico, como en su futuro quehacer profesional.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

La asignatura se ocupa de dos perspectivas fundamentales para el estudio de la sociedad. Por una parte, el estudio del cambio social y, por otra, el estudio de la estructura social. La asignatura parte de un estudio de la sociedad actual desentrañando las distintas dimensiones que marcan el potencial histórico de cambio social (económica, cultural, política y productiva) y termina por abordar los anclajes estructurales de la desigualdad en el mundo contemporáneo.

PRIMERA PARTE: CAMBIO SOCIAL

- Tema 1. Introducción: teorías clásicas y contemporáneas del cambio social.
- Tema 2. Dimensión económica del cambio social: capitalismo.
- Tema 3. Dimensión cultural del cambio social: civilización y secularización.
- Tema 4. Dimensión política: modernidad y posmodernidad.
- Tema 5. Dimensión productiva: fordismo y posfordismo.

SEGUNDA PARTE: ESTRUCTURA SOCIAL

- Tema 1. Principales escuelas, conceptos y teorías de la estructura social.
- Tema 2. La estructura social en el mundo contemporáneo: desigualdad.

CLASES TEÓRICAS

Las clases teóricas se ocuparán de desarrollar los contenidos temáticos propuestos. Es aconsejable que los/las estudiantes lean previamente los contenidos que se van a explicar cada semana en la bibliografía básica recomendada.

TRABAJOS

Los/las estudiantes que lo deseen podrán presentar un trabajo siguiendo los pasos que se indiquen por el profesor en clase.

EVALUACIÓN

De acuerdo con las actividades establecidas, la evaluación se efectuará del modo siguiente:

- Un examen cuya nota de examen supondrá, al menos, el 60% de la nota final.
- El resto de actividades supondrá un máximo del 40% de la nota final, siempre y cuando el examen se haya aprobado.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ALONSO, Luis Enrique y FERNANDEZ, Carlos (2018): *Poder y sacrificio. Los nuevos discursos de la empresa*. Siglo XXI.

BAUMAN, Zygmunt (2003): *La modernidad Líquida*. México: F.C.E.

BECK, Ulrich (1998): *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona, Paidós.

BOURDIEU, Pierre (2002): *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. México, Taurus.

CASTELLS, Manuel (2009): *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.

CROMPTON, Rosemary (2013): *Clase y estratificación*. Madrid, Tecnos.

DELLA PORTA, Donatella (2017): *Democracias, participación, deliberación y movimientos sociales*. Prometeo Libros.

ETZIONI, Amitai y ETZIONI, Eva (comps.). (1968). *Los cambios sociales. Fuentes, tipos y consecuencias*. México, F.C.E.

FEDERICI, Silvia (2010): *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación primitiva*. Madrid, Traficante de Sueños.

FOUCAULT, Michael (1976): *Vigilar y Castigar*. Madrid, Siglo XXI.

GONZÁLEZ, Juan Jesús y REQUENA, Miguel (2008): *Tres décadas de cambio social en España*. Madrid, Alianza Editorial.

HARAWAY, Donna (1995): *Ciencia, ciborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid, Catedra.

HARVEY, David (2007): *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid, Akal.

MERTON, Robert K. (1970): *Teoría y Estructura Sociales*. México, F.C.E.

MORENO PESTAÑA, José Luis (2016): *La cara oscura del capital erótico. Capitalización del cuerpo y trastornos alimenticios*. Madrid, Akal.

NISBET, Robert et al. (1979): *El cambio social*. Madrid, Alianza Universidad.

POLANYI, Karl (1992). *La Gran Transformación: Los Orígenes Políticos y Económicos de Nuestro Tiempo*. México, F.C.E.

REQUENA, Miguel, RADL, Jonas y SALAZAR, Leyre (2013): *Estratificación Social*. McGraw Hill.

SZTOMPKA, Piotr (1995): *Sociología del cambio social*. Madrid, Alianza Universidad.

ZAFRA, Remedios (2017): *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Anagrama.

OBSERVACIONES

Información detallada sobre la materia puede consultarse en el campus virtual.