

Plan Docente

- **Curso:** Sociología
 - **Créditos:** 6 ECTS
 - **Programa:** Marketing y Comunicación Digital
 - **Módulo:** Asignatura de formación básica
 - **Materia:** Básica
 - **Código:** 802158
 - **Abreviación:** MA11
 - **Coordinador de la materia:** Dr. Frank Longo
 - **Año académico:** 2022-2023
 - **Convocatoria:** Octubre
 - **Semestre:** Segundo (primer curso, Semestre de primavera)
 - **Campus:** Barcelona
 - **Última revisión:** 04/04/2022
 - **Aprobación:** 04/04/2022
 - **Publicación:** 30/04/2022
-

00 Contenidos

00 Contenidos.....	2
01 Profesorado	3
01.1 Coordinador de la materia	3
02 Presentación.....	3
02.1 Descripción.....	3
02.2 Aplicaciones profesionales relevantes	4
03 Competencias.....	4
03.1 Competencias de la materia	4
04 Programa.....	6
05 Metodología docente	8
06 Actividades formativas	8
07 Evaluación.....	9
08 Recursos de aprendizaje	9
09 Código de Conducta académica	10
10 Bibliografía	11
10.1 Bibliografía básica.....	11
10.2 Bibliografía complementaria	11

01 Profesorado

01.1 Coordinador de la materia

Dr. Frank Longo

franklongo@campus.eae.es

02 Presentación

02.1 Descripción

La asignatura de Sociología en el grado de Marketing y Comunicación digital pretende dotar al alumno de un conocimiento global de la sociedad actual y enfatizar la importancia de la comunicación en los procesos de formación de la cultura.

El objetivo de la Sociología (comprender la sociedad) resulta fundamental en la planificación y elaboración de los productos comunicativos. Por ello, se pretende presentar la realidad de los estudios sociológicos como una fuente de información fundamental y ofrecer las principales claves para la comprensión del contexto social actual.

Asimismo, comprender la sociedad supone ser consciente de que el orden establecido que la caracteriza ha sido construido socialmente, y que su composición dependerá en gran medida de los agentes que participen en la elaboración de los patrones culturales y simbólicos.

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

- Conocer la realidad de la ciencia sociológica y los principales paradigmas teóricos.
- Comprender el papel de la publicidad y las relaciones públicas en el proceso de formación de la cultura y de la sociedad.
- Conocer el contexto social de la era posmoderna y de la sociedad red para una óptima creación de los productos comunicativos publicitarios y de relaciones públicas.
- Conocer las metodologías y técnicas básicas utilizadas en la investigación sociológica y de mercado.

03 Competencias

03.1 Competencias de la materia

Competencias básicas

CB03 – Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB04 – Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales

CT09 – Entender el funcionamiento de las instituciones económicas y sociales como resultado y aplicación de modelos formales acerca de cómo funcionan en un Sistema Económico.

CSOC1 - Entender qué es la sociología y cuál es el lugar que ésta ocupa dentro de las ciencias sociales.

CSOC2 - Conocer las principales perspectivas sociológicas y los principales fundadores de la sociología.

CSOC3 - Conocer las principales teorías, métodos y estrategias de investigación sociológica.

CSOC4 - Conocer las influencias de los distintos agentes sociales en la conformación del individuo según las características de los distintos entornos sociales.

CSOC5 - Conocer la estructura de las sociedades y su relación con el género y la desigualdad social.

CSOC6 - Entender la importancia de los valores, las tradiciones y las costumbres como elementos principales de cohesión social en términos de construcción identitaria.

CSOC7 - Conocer las principales fuerzas impulsoras del cambio en el seno de las sociedades.

CSOC8 - Aplicar métodos de investigación sociológica para el estudio de temas de actualidad social.

CSOC9 - Detectar limitaciones y carencias de conocimiento y competencias propias y superarlas mediante la reflexión crítica y la elección de la mejor actuación para ampliarlas.

Competencias generales

CG05 – Detectar limitaciones y carencias de conocimiento y competencias propias y superarlas mediante la reflexión crítica y la elección de la mejor actuación para ampliarlas.

CG10 – Conocer y comprender la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar; capacidad para relacionar el bienestar con la globalización y la sostenibilidad; habilidad para utilizar de forma equilibrada y compatible la técnica, la tecnología, la economía y la sostenibilidad.

04 Programa

INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA

¿Qué es la sociología y cuál es su objetivo de estudio?

La relación entre la sociología, la empresa y la publicidad

Concepto de estructura social

El origen de la sociología y principales paradigmas teóricos

PROCESO DE SOCIALIZACIÓN

Proceso de socialización. Definición y etapas. La interiorización de la cultura.

Resocialización y control social. Sanciones, conformidad y desviación. La figura del "outsider" y las llamadas "instituciones totales".

DESIGUALDAD SOCIAL. POBREZA Y EXCLUSIÓN SOCIAL.

Pobreza relativa, exclusión social y sinhogarismo.

Perfiles más vulnerables y nuevos hábitos: familias, hogares, condiciones de trabajo, jóvenes e inmigración.

IGUALDAD DE GÉNERO

Orígenes de la desigualdad de género, el privilegio de ser hombre.

Orígenes y evolución del movimiento feminista y análisis del contexto actual

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO AGENTES SOCIALIZADORES Y SU INFLUENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD SOCIAL.

Sociedad del riesgo: nuevos significados sobre la seguridad biográfica y jerarquización de valores en la cultura postmoderna.

Efecto Retrovisor y teoría del caos en el ámbito de la comunicación

Los medios de comunicación tradicionales y su influencia social.

Conceptos básicos de propaganda política

CULTURA POLÍTICA, SOCIEDAD CIVIL Y MOVIMIENTOS SOCIALES EN LA ERA DIGITAL

De qué forma las herramientas digitales han impulsado cambios sociales

LA POLÍTICA EN EL SIGLO XXI. CULTURA POLÍTICA: SOCIEDAD CIVIL Y MOVIMIENTOS SOCIALES. POSTMODERNIDAD Y SOCIEDAD RED.

Movimientos políticos

Conflicto y violencia

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Ética y sostenibilidad

¿Hacia donde van las empresas y los consumidores? Economía circular y nuevos modelos de negocio

05 Metodología docente

Teniendo en cuenta la característica teórico-práctica de la y el perfil de los estudiantes, el modelo docente se articula alrededor de tres tipos de metodologías:

- ME1.** Clase expositiva participativa
- ME3.** Trabajo autónomo
- ME4.** Aprendizaje basado en problemas

06 Actividades formativas

Considerando las competencias de la materia y en base a las metodologías docentes propuestas, se programan las siguientes actividades formativas:

Actividades de evaluación	Horas	Presencialidad
AF1. Exposición de contenidos con participación del estudiante	24	100%
AF2. Resolución de problemas, ejercicios y casos prácticos con participación del estudiante	24	100%
AF4. Estudio y preparación de las unidades didácticas	46	0%
AF5. Realización de ejercicios y casos prácticos	25	0%
AF6. Planteamiento y resolución de problemas	25	0%
AF13. Evaluaciones escritas / orales	6	100%

07 Evaluación

Ítem de evaluación 0.6 · EV1 + 0.2 · EV2 + 0.2 · EV3	Competencias específicas evaluadas	Peso
EV1. Examen final escrito de toda la materia	CB03 CB04 CT09 CSOC1 CSOC2 CSOC3 CSOC4 CSOC5 CSOC6 CSOC7 CSOC8 CSOC9 CG05 CG10	40%
EV2. Control o prueba escrita parcial	CB03 CB04 CT09 CSOC1 CSOC2 CSOC3 CSOC4 CSOC5 CSOC6 CSOC7 CSOC8 CSOC9 CG05 CG10	20%
EV3. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos - Ejercicios y problemas	CB03 CB04 CT09 CSOC1 CSOC2 CSOC3 CSOC4 CSOC5 CSOC6 CSOC7 CSOC8 CSOC9 CG05 CG10	40%

"La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, "la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura". Así, **únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial, el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura**, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5)."

08 Recursos de aprendizaje

Temas	Recursos	Tipo
Temas	Transparencias, apuntes y ejercicios	ClaseyBlackboard

09 Código de Conducta académica

El plagio es una actividad fraudulenta cuya comisión puede conllevar graves sanciones, tanto académicas como legales. La honestidad académica es uno de los pilares en los que se sustenta el compromiso educativo de la Escuela, y los miembros de su comunidad docente están especialmente sensibilizados y preparados para detectar este tipo de acciones. Habida cuenta de la dificultad que a menudo entraña la conceptualización del plagio, se ha creído conveniente delimitar claramente su contenido y alcance en las presentes regulaciones y políticas.

Se entiende como plagio la apropiación de trabajos u obras ajenas haciéndolos pasar como propios; esto es, sin acreditar su procedencia de manera explícita. El plagio puede consistir en la copia total o parcial no autorizada de una obra ajena, o en la presentación de la copia como obra original propia, suplantando al autor verdadero. Algunos ejemplos de plagio son:

- Entregar un trabajo ajeno como si fuera propio, independientemente de que la copia sea total o parcial.
- Parfrasear un texto plasmándolo con otras palabras pero haciendo pequeños cambios en el lenguaje para disimular y sin citar fuentes.
- Comprar o conseguir un trabajo y presentarlo como propio.
- Basarse en una idea o frase de otro u otra para escribir un trabajo nuevo sin citar al autor o a la autora de la obra.

Tal y como establece el art. 10 del Código de conducta académica del estudiantado (de EAE Barcelona o de EAE Madrid), sin perjuicio de las sanciones de carácter académico resultantes de su aplicación, la Comisión Académica promoverá las acciones legales que correspondieran en el caso de que el plagio pudiera contravenir la normativa aplicable en materia de propiedad intelectual.

10 Bibliografía

10.1 Bibliografía básica

- Montero, B. C. INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA Curso 2020-2021. SOCIOLOGÍA, 1(1º), 6.

10.2 Bibliografía complementaria

- Wajcman, Judy. "Esclavos del tiempo". Barcelona : Paidós, 2017.
- McGarvey, Darren. "Safari en la pobreza". Madrid: Ed. Capitán
- Giddens, A. (1991). SOCIOLOGIA (5ª ED.), ALIANZA EDITORIAL 2007, Madrid.
- Swing Libros, 2019.
- Kramer, Catherine. "Más o menos humanos". En: CCCB. +HUMANOS: El futuro de la especie. p. 16-23. CCCB: Barcelona, 2015.
- Téllez Infantes, Anastasia. "Igualdad de género e identidad masculina". Elche: Universitat, Universidad Miguel Hernández, 2017.
- Losada Díaz, José Carlos. "(No) Crisis. Comunicación de crisis en un mundo conectado". Barcelona: UOC, 2018.
- Klein, Naomi. "No logo. El poder de las marcas". Barcelona: Ed. Planeta, 2011.
- LACROIX, M. El culte a l'emoció. Atrapats en un món d'emocions i sentiments. Barcelona: Edicions La Campana, 2005.
- SAMPEDRO, V. 13-M. Multitudes on line. Madrid: Los libros de la catarata, 2005.
- VARELA, R. Cultura y poder. Una visión antropológica para el análisis de la cultura política. Barcelona: Anthropos, 2005.