

GUÍA DOCENTE

**COMUNICACIÓN Y OPINIÓN
PÚBLICA INTERNACIONAL**

Comunicación y Opinión Pública Internacional / International Public Opinion and Communication

Modalidad	Lenguas	Temporalización	ECTS	Carácter
Presencial	Español/Inglés	5	6	BA
Resultados de aprendizaje				
- Desarrollar un espíritu crítico, a partir del análisis del mapa de los medios de comunicación internacionales. - Adquirir conocimientos y comprensión del mundo contemporáneo y de los elementos que lo configuran y los factores que los determinan, a través de los medios de comunicación. - Conocer las distintas figuras del comunicador en el área de internacional y ser capaz de transmitir informaciones de una manera clara, directa y didáctica para una audiencia heterogénea.				
- Develop a critical spirit, based on the analysis of the map of the international media. - Acquire knowledge and understanding of the contemporary world and the elements that configure it and the factors that determine them, through the media. - Know the different figures of the communicator in the international area and be able to transmit information in a clear, direct and didactic way for a heterogeneous audience.				
Contenidos				
- Introducción y conceptos básicos. - Aproximación a la Información y a la Comunicación Internacional. - Globalización e información internacional en la sociedad red - Los medios internacionales como instrumentos del poder. - La propaganda internacional: Concepto y técnicas. Evolución histórica de la propaganda mediática. Propaganda, manipulación y censura en la Gran Guerra. Periodo de entreguerras. Las claves de la propaganda nazi. - Estructura de la comunicación internacional. Medios, agencias y conglomerados. Principales teorías de la comunicación internacional. - Las fuentes de la información internacional: Tipología de fuentes. La relación con las fuentes - El nuevo mapa de la información internacional: - Productores y consumidores de información internacional. Nuevos productores de noticias y nuevos consumidores. Desinformación y noticias falsas en la escena internacional - Los medios de comunicación en China. - Los medios de comunicación en Rusia. Medios y Agencias. El caso de RT a independencia en los medios rusos. - Los medios de comunicación en Latinoamérica. El modelo Latinoamericano. El modelo bolivariano de comunicación. Caso Telesur. - Los medios de comunicación en el mundo islámico. - El comunicador de internacional: El portavoz. El analista. Bases de redacción periodística orientada al artículo de análisis internacional. - El proceso de formación de la opinión pública y audiencias y sus actores en una sociedad digital. - Qué es, cómo se crea y cómo actúa - Aplicaciones prácticas de la medición y el análisis de la opinión pública y audiencias.				
- Introduction and basic concepts. - Approach to Information and International Communication. - Globalization and international information in the network society - The international media as instruments of power. - International propaganda: Concept and techniques. Historical evolution of media propaganda. Propaganda, manipulation and censorship in the Great War. Interwar period. The keys to Nazi propaganda. - Structure of international communication. Media, agencies and conglomerates. Main theories of international communication. - Sources of international information: Typology of sources. The relationship with the sources - The new map of international information:				

- Producers and consumers of international information. New news producers and new consumers. Disinformation and fake news on the international scene
- The media in China.
- The media in Russia. Media and Agencies. The case of RT to independence in the Russian media.
- The media in Latin America. The Latin American model. The Bolivarian model of communication. Telesur case.
- The media in the Islamic world.
- The international communicator: The spokesperson. The analyst. Bases of journalistic writing oriented to the article of international analysis.
- The process of formation of public opinion and audiences and their actors in a digital society.
- What it is, how it is created and how it works
- Practical applications of the measurement and analysis of public opinion and audiences.

Competencias

COMPETENCIAS TRANSVERSALES: CT1, CT2, CT3, CT4

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: CE13

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
AF1. Lección magistral participativa	28
AF3. Resolución de problemas	30
AF6. Diseño de proyectos	4
AF9. Seguimiento	10
AF7. Evaluación	4
AF8. Trabajo autónomo	74
TOTAL	150

METODOLOGÍAS DOCENTES

M1; M2; M3

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Resolución problemas/ <i>Problem Solving</i>	10%	30%
Estudio casos / Proyectos/ Case studies / Projects	10%	30%
Actividades de evaluación continua/ Continuous evaluation activities	0%	10%
Evaluación final: prueba o examen / Final assessment – test, exam, project	50%	50%