

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: Propaganda Clásica

Duración: 50h

Modalidad: Online

Objetivo

- Conocer acerca de la propaganda y comunicación persuasiva.
- Identificar las fuentes de la propaganda, entre las que destaca la publicidad y la política.
- Diferenciar entre los diversos tipos de clasificaciones de propaganda.
- Diferenciar la propaganda leninista de la propaganda fascista y nazi del siglo XX.
- Identificar la propaganda de la segunda guerra mundial y guerra fría.
- Saber acerca de la televisión del advenimiento del marketing político.
- Conocer la propaganda y la tecnología de la información del siglo XXI.
- Ampliar conocimientos sobre las reglas y técnicas utilizadas en la propaganda así como identificar el modelo de contrapropaganda.
- Conocer y analizar el modelo de análisis de los cinco filtros.
- Analizar los diferentes medios que se usan para transmitir un mensaje propagandístico.
- Analizar la influencia que tienen los medios de comunicación en la opinión pública
- Ampliar conocimientos sobre la propaganda política y como afecta a la democracia

Contenido

UD1.Propaganda clásica. Cuestiones metodológicas

1. Introducción
2. Propaganda y comunicación persuasiva
3. Fuentes de la propaganda
 - 3.1. La publicidad
 - 3.2. La política
4. Definiciones
5. Tipologías

UD2.Propaganda e historia

1. Antecedentes
2. Siglo XX: la era de la propaganda
 - 2.1. Propaganda leninista
 - 2.2. Propaganda fascista y nazi
 - 2.2.1. El fascismo italiano
 - 2.2.1.1. El dopolavoro
 - 2.2.1.2. La radio
 - 2.2.1.3. La prensa
 - 2.2.1.4. El cine
 - 2.2.2. El nazismo
 - 2.2.2.1. Simbología

- 2.2.2.2. Culto al líder
- 2.2.2.3. Creación de enemigos interiores y exteriores
- 2.2.2.4. Medios de masas en el nazismo
- 2.3. Segunda guerra mundial y guerra fría
- 2.3.1. La propaganda en la segunda guerra mundial
- 2.3.1.1. La propaganda de los EE.UU.
- 2.3.1.1.1. Medios
- 2.3.1.1.2. Comics
- 2.3.1.1.3. Folletos
- 2.3.1.1.4. Medios escritos
- 2.3.1.1.5. Radio
- 2.3.1.1.6. Cine
- 2.3.1.2. La propaganda de la Unión Soviética
- 2.3.1.3. Propaganda de otros contendientes
- 2.3.1.3.1. Reino unido
- 2.3.1.3.2. Alemania nazi
- 2.3.1.3.3. Japón
- 2.3.2. La propaganda en la Guerra Fría
- 2.4. La televisión: el advenimiento del marketing político
- 3. Siglo XXI: propaganda y tecnología de la información
- 3.1. Internet y las redes
- 3.2. Guerra contra el terror y fundamentalismo islámico

UD3.Propaganda en acción

- 1. Introducción
- 2. Lenguajes y códigos
- 2.1. Palabra
- 2.2. Imagen
- 3. Reglas y técnicas de la propaganda
- 3.1. Regla de simplificación y enemigo único
- 3.2. Regla de la exageración y deformación
- 3.3. Regla de orquestación
- 3.4. Regla de la transfusión
- 3.5. Regla de la unanimidad y contagio
- 3.6. La contrapropaganda
- 4. Modelo de análisis de la propaganda de los cinco filtros
- 4.1. Los cinco filtros

UD4.Medios para la propaganda

- 1. Introducción
- 2. Medios escritos (papel)
- 3. Radio
- 4. Televisión y cine
- 5. Publicidad directa
- 6. Publicidad exterior

7. Publicidad exterior móvil
8. Publicidad en internet
9. Los eventos de masas

UD5.Propaganda clásica. Consideraciones finales

1. Opinión y propaganda
2. Democracia en peligro
3. Propaganda en acción: Katy Perry icono propagandístico