

## PROFESORADO:

- Carlos Vicente Rubio. *Periodista y Técnico en Protocolo, Comunicación y RR Sociales Empresariales. Gabinete de Prensa de la ULE. Universidad de León.*
- Juan José Lanero Fernández. *Profesor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de León.*
- Miguel Cervantes Blanco. *Profesor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de León.*
- Juan Francisco Martín Fresneda. *Director de la delegación de León. Radio Televisión de Castilla y León.*
- Víctor Juárez Pizarro. *Emprendedor. CEO Mi Tienda de Arte y Manualidades S.L. Profesor E-Commerce.*



universidad  
de león

unileon.es

Unidad de Extensión Universitaria  
y Relaciones Institucionales. Universidad de León  
Avda. de la Facultad, 25. 24004 León  
Tel. 987 291 961 y 987 293 372 · Fax 987 291 963  
ulesci@unileon.es · www.unileon.es/extensionuniversitaria

CURSOS  
DE VERANO  
2016

Universidad  
de León



universidad  
de león

unileon.es

LOS MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN, LA  
PUBLICIDAD E  
INTERNET Y SU  
INCIDENCIA EN  
NUESTRA  
PERCEPCIÓN DE LA  
REALIDAD

11/07/2016 - 14/07/2016

## LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LA PUBLICIDAD E INTERNET Y SU INCIDENCIA EN NUESTRA PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD

### DIRECTORES:

- Carlos Vicente Rubio. *Periodista y Técnico en Protocolo, Comunicación y RR Sociales Empresariales. Gabinete de Prensa de la ULE. Universidad de León.*
- Juan José Lanero Fernández. *Profesor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de León.*

### LUGAR:

Centro de Idiomas

### FECHAS:

11/07/2016 - 14/07/2016

### HORARIOS:

De lunes a viernes, de 10:30 a 14:00 y de 17:00 a 19:00 horas.

### DURACIÓN:

20 horas lectivas

### NÚMERO DE ALUMNOS:

Mínimo: 20 y Máximo: 30

### TASAS:

- Ordinaria: 100 €
- Alumnos ULE: 80 €
- Alumnos de otras universidades: 80 €
- Desempleados: 80 €
- Miembros de AUGAC (Asociación de profesionales de Gabinetes de Comunicación de las Universidades y Centros de Investigación del Estado Español): 80 €

### DESTINATARIOS:

El curso está dirigido a cualquier persona, (estudiantes, profesionales y ciudadanos en general, en su condición de “nativos digitales”), que deseen conocer mejor los procedimientos y mecanismos de manipulación que inciden en la formación de nuestras opiniones, gustos y creencias.

Conocer estas estrategias y la manera en que nos “bombardean” y afectan, es un buen paso para detectar su presencia e intentar evitar su actuación, con el objetivo de ser más libres y menos susceptibles de ser influenciados.

Por todo ello, el curso es interesante para todos aquellos que, con independencia de su formación, deseen desarrollar una visión crítica que permita afrontar desde nuevas perspectivas las imágenes que la comunicación y los medios nos ofrece de la realidad.

### CRÉDITOS DE LIBRE CONFIGURACIÓN:

2 créditos LEC - 1 créditos ECTS

### OBJETIVOS:

Vivimos en la denominada “Sociedad de la información”, con un acceso creciente a una cantidad ilimitada de imágenes, datos, declaraciones, opiniones, y todo tipo de contenidos que llegan a los receptores de forma continua.

Esa facilidad de acceso a través de los medios de comunicación y la consolidación de internet como un instrumento global que permite transmitir de forma instantánea y globalizada cualquier contenido, ¿está generando una sociedad mejor informada, más libre y con mayor capacidad de reflexión, o por el contrario está permitiendo la manipulación de masas a gran escala?

El curso desea contribuir a que los participantes tomen conciencia de la situación y se formulen preguntas:

¿El acceso a gran cantidad de información nos hace más libres?,

¿Disponer de todos los datos genera confusión y dificulta la selección de lo verdaderamente importante?,

¿Los medios de comunicación y la publicidad son instrumentos al servicio de los estados, los grupos de presión o las grandes compañías y empresas multinacionales?

### PROGRAMA:

#### • Lunes 11 de julio

10:00. Inauguración del curso.

10:30. Conferencia: “La publicidad y las relaciones del estado con los medios de comunicación. Dos modelos diferentes: China y Gran Bretaña”. A cargo del profesor Don Juan José Lanero.

12:00. Café Descanso.

12:30. Continuación de la conferencia anterior.

14:00. Almuerzo.

17:00. Conferencia: “La manipulación a lo largo de la historia. De los trovadores a los “trending topics”, pasando por la inquisición, los nazis o el estado islámico”. A cargo del profesor Don Carlos Vicente Rubio.

19:00. Fin de la Jornada.

#### • Martes 12 de Julio

10:30- Conferencia: “De qué manera incide la televisión en el proceso de formación de la opinión pública. ¿Es tan importante como se cree?”. A cargo del Profesor Don Juan Francisco Martín Fresneda.

12:00. Café descanso.

12,30. Continuación de la conferencia anterior.

14:00. Almuerzo.

17:00. Conferencia: “La publicidad en el siglo XXI y su papel como instrumento para la creación de comportamientos y nuevas necesidades de consumo”. A cargo del Profesor Don Miguel Cervantes Blanco.

19:00. Finaliza la jornada.

#### • Miércoles 13 de Julio

10:30. Conferencia: “La manipulación del subconsciente, la publicidad subliminal y el neuromarketing”. A cargo del Profesor Don Carlos Vicente Rubio

12:00. Café descanso.

12:30. Continuación de la conferencia anterior. A cargo del Profesor Don Carlos Vicente Rubio.

14.00. Almuerzo.

17:00. Conferencia: “Presente y futuro de los medios audiovisuales, y su relación con las redes sociales”. A cargo del Profesor Juan Francisco Martín Fresneda.

19:00. Finaliza la jornada.

#### • Jueves 14 de Julio

10:30. Conferencia: “La segmentación de mercados, las campañas de publicidad on line y la personalización de los mensajes. ¿Hay alguien ahí?”. A cargo del Profesor Don Miguel Cervantes Blanco.

12:00. Café descanso.

12:30. Continuación de la conferencia anterior, a cargo del Profesor Don Víctor Juárez Pizarro.

14:00. Almuerzo.

17:00. Conferencia: “¿Es posible el control ideológico en la actual sociedad de la información? El caso de China”. A cargo del Profesor Don Juan José Lanero.

19:00. Clausura del curso y entrega de diplomas.