

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN		
Identificador:	32432		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (CA) BOE 15/10/2014		
Módulo:	LENGUA Y COMUNICACIÓN		
Tipo:	MATERIA BASICA		
Curso:	1	Periodo lectivo:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	64	Trabajo Autónomo:	86
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Castellano
Profesor:	GARCIA ABAD, JOSE LITO (T)	Correo electrónico:	jlgarcia@usj.es

PRESENTACIÓN:

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis.
	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.
	G11	Capacidad de investigación.
Competencias Específicas de la titulación	E13	Conocimientos fundamentales de comunicación sujeta a patrones de persuasión informativa, tanto de naturaleza promocional como específica de las disciplinas acogidas a dinámicas particulares de las relaciones públicas en las organizaciones, que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.
	E21	Destreza suficiente para desarrollar proyectos de investigación relacionados con la comunicación corporativa, el marketing y la publicidad, así como para aplicar después los resultados de dichas investigaciones, a la actividad profesional o a cualquier objetivo de otro orden.
	E27	Ser capaz de adoptar una visión creativa de las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen de cara a la construcción de la estrategia publicitaria.
Resultados de Aprendizaje	R01	Conocer el concepto de comunicación, imprescindible para el correcto desempeño de la tarea profesional del publicitario o de las relaciones públicas.
	R02	Descubrir el resultado de la comunicación: la superación de las diferencias individuales y la integración social de las personas.
	R03	Identificar las principales aportaciones que se han hecho al estudio de la comunicación en las últimas décadas.
	R04	Reflexionar acerca de la intencionalidad y las repercusiones de los contenidos de los medios de comunicación.
	R05	Obtener un marco teórico útil para englobar en la disciplina genérica de la comunicación las distintas asignaturas vinculadas.

REQUISITOS PREVIOS:

No existen requisitos previos.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - INTRODUCCIÓN
1.1 - Qué es la Teoría de la Comunicación
1.2 - Ciencia, Teoría, Modelo
1.3 - Teoría vs Práctica en Comunicación
2 - HACIA UNA DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN
2.1 - Las dos perspectivas de la comunicación

2.2 - Las características de la comunicación
2.3 - La comunicación como realidad transaccional
2.4 - La Comunicación desde las Ciencias Sociales
3 - COMUNICACIÓN Y SIGNIFICADO
3.1 - Las relaciones representativas
3.2 - El lenguaje como sistema de signos
4 - LOS MODELOS Y LOS ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN
4.1 - Los modelos básicos de la comunicación
4.1.1 - El modelo de Lasswell
4.1.2 - El modelo de Shannon y Weaver
4.1.3 - El modelo de Schramm
4.1.4 - El modelo de Gerbner
4.1.5 - La "péntada dramática" de Burke
4.1.6 - Otros modelos de comunicación
4.2 - Comparación de los modelos
4.3 - Los elementos de la comunicación
4.3.1 - Los elementos subjetivos
4.3.2 - Los elementos objetivos
4.3.3 - Los elementos prácticos
5 - LAS ACCIONES COMUNICATIVAS
5.1 - La expresión
5.2 - La interpretación
6 - EL FIN DE LA COMUNICACIÓN
6.1 - Comunicación y pseudocomunicación
6.2 - El fin de la comunicación organizacional
7 - LOS ÁMBITOS DE LA COMUNICACIÓN
7.1 - La comunicación interpersonal
7.2 - La comunicación grupal
7.3 - La comunicación de las organizaciones
7.4 - La comunicación de masas o comunicación colectiva
8 - EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA
8.1 - Los elementos subjetivos
8.2 - Los elementos objetivos
9 - LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
9.1 - Algunas premisas básicas
9.2 - Etapa de los efectos poderosos
9.3 - Etapa de los efectos limitados
9.4 - Etapa de los efectos moderados
9.5 - La investigación actual en teoría de la comunicación

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

- El profesor explicará, en las **clases magistrales, la mayor parte de los contenidos del temario**. Estas exposiciones podrán ir acompañadas de los medios materiales de apoyo que se consideren necesarios, como por ejemplo las presentaciones en Power Point.

- La explicación teórica se verá acompañada de la **participación activa de los alumnos a través del fomento por parte del profesor de una actitud atenta y reflexiva**. Las preguntas, interpelaciones y pequeños debates serán las herramientas utilizadas para ello.

- Los alumnos deberán estudiar, fuera del horario lectivo, el temario expuesto en las clases teóricas, así como el manual **"Teoría de la comunicación: una propuesta"** (Manuel Martín Algarra, Tecnos,

Madrid, 2003), que complementa las explicaciones del aula.

- Los alumnos deberán leer y estudiar, fuera del horario lectivo, todos aquellos documentos que el profesor reparta en el aula o cuelgue en la PDU.
- El profesor atenderá las dudas de los alumnos y les orientará en el estudio de la materia en su horario de tutoría.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	48
	Otras actividades teóricas	1
	Casos prácticos	4
	Debates	3
	Proyección de películas, documentales etc.	1
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	1
	Actividades de evaluación	5
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	1
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	2
	Estudio individual	58
	Preparación de trabajos individuales	15
	Tareas de investigación y búsqueda de información	2
	Lecturas obligatorias	3
	Lectura libre	2
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	2
	Otras actividades de trabajo autónomo	2
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Pruebas escritas:	35	%
Trabajos individuales:	25	%
Prueba final:	40	%
TOTAL	100	%

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

MARTÍN ALGARRA, Manuel. Teoría de la comunicación: una propuesta. Madrid: Tecnos, 2003.

Bibliografía recomendada:

ABRIL, Gonzalo. Teoría general de la información: datos, relatos y ritos. Madrid: Cátedra, 2005.
 BRYANT, Jennings, y ZILLMANN, Dolf (eds.). Los efectos de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós, 1996.
 GALDÓN, Gabriel (coord.). Introducción a la comunicación y a la información. Barcelona: Ariel, 2001.
 HERRERO, Julio César (ed.). Manual de Teoría de la Información y de la Comunicación. Madrid: Universitas, 2009.
 MARTÍN LLAGUNO, Marta, LÓPEZ-ESCOBAR FERNÁNDEZ, Esteban, y MARTÍN ALGARRA, Manuel. Introducción al estudio de la comunicación colectiva. Reflexiones sobre conceptos, estructuras, teorías y métodos. Alicante: Marta Martín Llaguno, 2005, tres cuadernos.
 MARTÍN SERRANO, Manuel. Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad. Madrid: McGraw Hill, 2007.

McQUAIL, Denis, y WINDAHL, Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona: Eunsa, 1997.
McQUAIL, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós, 2000.
RODRIGO ALSINA, Miquel. Los modelos de la comunicación. Madrid: Tecnos, 1989.
LUCAS MARÍN, Antonio. La comunicación en la empresa y en las organizaciones. Barcelona: Bosch, 1997.

Páginas web recomendadas:

ABC	www.abc.es
Antena 3	www.antena3.com
COPE	www.cope.es
Cuatro	www.cuatro.com
El Mundo	www.elmundo.es
El País	www.elpais.com
RTVE	www.rtve.es
SER	www.cadenaser.com
Telecinco	www.telecinco.es
La Razón	www.larazon.es
La Voz de Galicia	www.lavozdegalicia.es
Faro de Vigo	www.farodevigo.es