

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	HABILIDADES COMUNICATIVAS		
Identificador:	32251		
Titulación:	GRADUADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (CA)		
Módulo:	MÓDULO TRANSVERSAL		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	1	Periodo lectivo:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	66	Trabajo Autónomo:	84
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Inglés
Profesor:	BORREGUERO VILLANUEVA, MARGARITA (T)	Correo electrónico:	mborreguero@usj.es

PRESENTACIÓN:

El objetivo de esta asignatura es que el alumnado adquiera las destrezas necesarias para poder expresarse con corrección y eficacia comunicativa en un mundo en el que el arte de la comunicación es motor de las relaciones interpersonales, sociales, económicas y profesionales. De ahí, que el principal reto de la materia consista en proporcionar al estudiante los conocimientos básicos que le permitan adquirir las cualidades con las que todo profesional del siglo XXI debe contar para poder comunicar de manera eficaz según el momento, el contexto comunicativo y el público.

La materia busca que los estudiantes comprendan la naturaleza de la comunicación y de la información en una sociedad mediatizada, de modo que aprendan a diseñar y a aplicar estrategias comunicativas. Para ello haremos un breve recorrido por la historia de la retórica y la oratoria, con el fin de conocer la evolución de dichas disciplinas en el tiempo y reconocer así su esencia y sus claves; realizaremos ejercicios y prácticas que nos permitan superar la barrera del miedo; conoceremos y trabajaremos algunos de los elementos fundamentales en la comunicación; aprenderemos a entender y emplear correctamente el lenguaje paraverbal (la voz) y no verbal (*body language*, los gestos); a expresar las ideas con claridad y corrección, produciendo diferentes tipologías de discursos, tanto escritos como orales (exposición de una idea, preparación de una conferencia, correos electrónicos, informes, redes sociales...); y a improvisar y manejar las formas de expresión específicas y propias de los medios de comunicación.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis de las informaciones obtenidas de diversas fuentes
	G02	Resolución creativa y eficaz de los problemas que surgen en la práctica diaria, con el objetivo de garantizar los niveles máximos de calidad de la labor profesional realizada
	G03	Capacidad de organización y planificación del trabajo en el contexto de la mejora continua
	G04	Uso de las tecnologías de la información y la comunicación
	G05	Capacidad de trabajar de forma eficaz en equipos interdisciplinares, participando e integrándose en los trabajos del equipo en sus vertientes científicas y profesionales, aportando ideas y respetando y valorando la diversidad de criterios de los miembros del equipo
	G06	Capacidad de incorporar a la cultura profesional los principios éticos y deontológicos, teniendo como prioridad de actuación el compromiso ético con los clientes y la sociedad.
	G08	Capacidad de comunicación oral y escrita en castellano.
	G10	Capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos, adaptándolos a las exigencias y particularidades de cada situación y persona
	G15	Capacidad de establecer y cumplir los criterios de calidad más apropiados y emplear metodologías y estrategias de trabajo orientadas a la mejora continua.
	G16	Capacidad de asimilar conceptos de naturaleza social y humanística dentro de una formación universitaria integral que permitan el desarrollo de valores éticos tales como solidaridad, interculturalidad, igualdad, compromiso, respeto, diversidad, integridad, etc.

Competencias Específicas de la titulación	E03	Capacidad de aplicación de los conocimientos adquiridos sobre las áreas funcionales de la empresa y el entorno socioeconómico
	E14	Comprender los principios de ética empresarial y ser capaz de diseñar escenarios en los que dichos principios puedan llevarse a la práctica empresarial
Resultados de Aprendizaje	R01	Conocer el ABC para tratar con los periodistas cuando se asuma algún puesto de responsabilidad dentro de la empresa.
	R02	Conocer técnicas fundamentales de argumentación retórica para utilizarlas con solvencia en los procesos comunicativos con los miembros de una organización empresarial.
	R03	Escribir con eficacia mensajes que combinan la permanencia del lenguaje escrito con la volatilidad de un mensaje pensado para la conversación oral (correos electrónicos, mensajería instantánea, redes sociales, etc.), de modo que los usen con prudencia en el trabajo.
	R04	Mejorar sus habilidades en escritura, teniendo en cuenta el conocimiento previo de las nociones fundamentales de gramática, sintaxis, léxico y lingüística en general
	R05	Interpretar las manifestaciones esenciales del lenguaje no verbal para el planteamiento y buen desarrollo de encuentros persona a persona (entrevistas de trabajo, reuniones laborales, conversaciones difíciles y conflictivas, transmisión de decisiones complejas, etc.).

REQUISITOS PREVIOS:

Conocimiento de la lengua castellana, sus normas ortográficas, gramaticales y sintácticas a nivel nativo.

Conocimiento avanzado de la lengua inglesa, sus normas ortográficas, gramaticales y sintácticas.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

La materia tiene un planteamiento muy práctico en el que el objetivo es desarrollar las habilidades comunicativas del alumno y mejorarlas.

En una primera parte se busca trabajar el miedo escénico, el espacio, el lenguaje verbal y no verbal incidiendo en todos aquellos aspectos de la comunicación y entendiendo el proceso comunicativo

En la segunda parte se desarrolla el discurso como herramienta y se analizan las diferencias entre oratoria, retórica y dialéctica

En la parte final se analiza el comportamiento comunicativo ante los medios de comunicación, el ejercicio de portavocía y los géneros comunicativos

Contenidos de la materia:

1 - BLOQUE I - CÓMO CONECTAR CON EL PÚBLICO
1.1 - TEMA 1 - Oratoria, retórica y dialéctica, un recorrido a través del tiempo
1.2 - TEMA 2 - Miedo escénico, improvisación y cualidades del buen comunicador
1.3 - TEMA 3 - Ciclos y componentes de la comunicación
1.4 - TEMA 4 - Comunicación verbal, paraverbal y no verbal
2 - BLOQUE II - EL DISCURSO
2.1 - TEMA 5 - Tipos de discurso: descripción, narración, argumentación, exposición y explicación
2.2 - TEMA 6 - Comunicar con un objetivo: entretener, informar, convencer y persuadir
2.3 - TEMA 7 - Comunicar con eficacia. Creación de textos escritos y orales para diversos contextos comunicacionales: estrategia y desarrollo
3 - BLOQUE III - COMUNICAR PARA LOS MEDIOS
3.1 - TEMA 8 - Géneros periodísticos y producción de la información
3.2 - TEMA 9 - Entre la información y la publicidad: notas de prensa y publipreportajes
3.3 - TEMA 10 - Salir en los medios: ruedas de prensa, opinión y entrevistas
3.4 - TEMA 11 - Gestión de una crisis de 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.

Previsión de actividades de aprendizaje:

Semana	Unidad/Bloque/Tema	Sesiones presenciales	Horas	Actividades de trabajo autónomo	Horas	
1	11/09/2023	1.1.TEMA 1 - Oratoria, retórica y dialéctica, un recorrido a través del tiempo	Presentación de la asignatura. Exposición teórica del primer tema.	4	Lectura de la guía docente. Entrega de una ficha de alumno con fotografía y datos personales (PDU). Preparación de un breve discurso de presentación personal ante sus compañeros de clase.	1
2	18/09/2023	1.2.TEMA 2 - Miedo escénico, improvisación y cualidades del buen comunicador	Los alumnos pondrán en práctica su presentación ante el resto de la clase según los vaya llamando la profesora. Explicación de claves y recomendaciones para enfrentarse a la comunicación oral con soltura.	4	Preparación de la primera actividad práctica evaluable: exposición de un tema de actualidad en público. Selección del tema (entre los propuestos por la profesora), búsqueda y documentación.	4
3	25/09/2023	1.3.TEMA 3 - Ciclos y componentes de la comunicación 1.4.TEMA 4 - Comunicación verbal, paraverbal y no verbal	Explicación teórica del tema 3. Resolución de dudas y consultas sobre la primera práctica evaluable. Exposición teórica del tema 4 y puesta en práctica con ejercicios en el aula.	4	Preparación de la presentación del tema de actualidad: elaboración del discurso, creación de las diapositivas y ensayo del discurso.	6
4	02/10/2023	1.4.TEMA 4 - Comunicación verbal, paraverbal y no verbal	Exposición teórica del tema 4 y puesta en práctica con ejercicios en el aula. Presentación en plató de TV del tema de actualidad de la primera práctica evaluable.	4	Preparación de la segunda práctica teórica: elevator pitch. Búsqueda de la empresa sobre la que hacer el discurso y documentación.	2
5	09/10/2023	2.1.TEMA 5 - Tipos de discurso: descripción, narración, argumentación, exposición y explicación	Inicio de la explicación teórica del tema 5. Consulta y resolución de dudas sobre la segunda práctica evaluable.	4	Ensayo y memorización del elevator pitch creado.	2
6	16/10/2023	2.1.TEMA 5 - Tipos de discurso: descripción, narración, argumentación, exposición y explicación 2.2.TEMA 6 - Comunicar con un objetivo: entretener, informar, convencer y persuadir	Finalización de la explicación teórica del tema 5, inicio del tema 6. Realización y grabación de los elevator pitch en el plató de TV.	4	Preparación de la tercera práctica (presentación y persuasión de un producto en una feria sectorial ante inversores y clientes potenciales): creación de los equipos de trabajo, documentación y selección de información.	6
7	23/10/2023	2.2.TEMA 6 - Comunicar con un objetivo: entretener, informar, convencer y persuadir	Explicación teórica del tema 7. Aplicación práctica de los temas 5 y 6 usando como ejemplo la práctica en grupo: presentación y persuasión de un producto en una feria sectorial ante inversores y clientes potenciales.	4	Creación de la presentación para la práctica en grupo: presentación y persuasión de un producto en una feria sectorial ante inversores y clientes potenciales. Ensayo y memorización.	6
8	30/10/2023	2.3.TEMA 7 - Comunicar con eficacia. Creación de textos escritos y orales para diversos contextos comunicacionales: estrategia y desarrollo	Explicación teórica del tema 7. Exposición por grupos de la práctica 3: presentación y persuasión de un producto en una feria sectorial ante inversores y clientes potenciales.	4	Ejecución de la práctica 4: resolución de un conflicto empresarial mediante el correo electrónico, anuncio corporativo en redes sociales, creación de un perfil de éxito en LinkedIn.	4
9	06/11/2023	3.1.TEMA 8 - Géneros periodísticos y producción de la información	Explicación teórica del tema 8. Revisión en el aula de los elevator pitch para corregir los elementos de comunicación verbal, paraverbal y no verbal.	4	Entrega de la práctica 4 a través de la PDU. Visualización y análisis de discursos de grandes oradores y oradoras de la actualidad.	4
10	13/11/2023	3.1.TEMA 8 - Géneros periodísticos y producción de la información	Explicación teórica del tema 8. Revisión en el aula de la práctica en grupo para corregir aspectos de comunicación verbal, paraverbal y no verbal.	4	Lectura de informaciones periodísticas para identificar su género. Preparación de la práctica 5: redacción de un artículo de opinión económica.	6
11	20/11/2023	3.1.TEMA 8 - Géneros periodísticos y producción de la información 3.2.TEMA 9 - Entre la información y la publicidad: notas de prensa y publirreportajes	Finalización del tema 8, corrección de las identificaciones del género periodístico de diversas piezas de información. Explicación teórico-práctica con estudios de casos del tema 9.	4	Entrega de la práctica 5: redacción de un artículo de opinión económica.	1
12	27/11/2023	3.3.TEMA 10 - Salir en los medios: ruedas de prensa, opinión y entrevistas	Explicación teórica del tema 10 y visionado de casos con entrevistas, debates y ruedas de prensa reales para su análisis conjunto en el aula.	4	Preparación de la práctica 6: rueda de prensa ante crisis de comunicación. Con el formato business lab, los alumnos trabajarán en diversos roles: portavoz, asesores, etc.	2
13	04/12/2023		Repaso materia.	2	Estudio individual.	2
14	11/12/2023	3.4.TEMA 11 - Gestión de una crisis de comunicación	Explicación teórica del tema 11. Estudio de casos de ejemplo de crisis de comunicación.	4	Preparación de la práctica 6: entendimiento del problema de crisis a resolver, análisis de la situación y preparación estratégica para solventar la crisis de comunicación.	4
15	18/12/2023	3.4.TEMA 11 - Gestión de una crisis de comunicación	Finalización del tema 11. Taller en el aula sobre ruedas de prensa con visionado de casos, propuestas de mejora y planteamiento de la rueda de prensa para la práctica 6.	4	Preparación de la práctica 6: gestión de la rueda de prensa, redacción del comunicado de prensa para convocar a los medios.	4

16	25/12/2023		SEMANA NO LECTIVA (FIESTAS DE NAVIDAD)	0	Estudiar para el examen.	5
17	01/01/2024		SEMANA NO LECTIVA (FIESTAS DE NAVIDAD)	0	Estudiar para el examen.	5
18	08/01/2024	3.3.TEMA 10 - Salir en los medios: ruedas de prensa, opinión y entrevistas 3.4.TEMA 11 - Gestión de una crisis de comunicación	Corrección en el aula de la nota de prensa para la convocatoria de los medios de comunicación, entender la gestión de agenda mediática. Realización en plató de TV y grabación de la rueda de prensa preparada.	4	Preparación de la rueda de prensa en equipo. Estudiar para el examen.	4
19	15/01/2024	1.BLOQUE I - CÓMO CONECTAR CON EL PÚBLICO 2.BLOQUE II - EL DISCURSO 3.BLOQUE III - COMUNICAR PARA LOS MEDIOS	Clase de repaso de conceptos y consulta de dudas antes del inicio de los exámenes.	2	Estudiar para el examen.	6
20	22/01/2024	1.BLOQUE I - CÓMO CONECTAR CON EL PÚBLICO 2.BLOQUE II - EL DISCURSO 3.BLOQUE III - COMUNICAR PARA LOS MEDIOS	SEMANA NO LECTIVA. SEMANA DE EXÁMENES. Se publicará la fecha en el calendario oficial y a través de la PDU.	1	Estudiar para el examen.	5
21	29/01/2024	1.BLOQUE I - CÓMO CONECTAR CON EL PÚBLICO 2.BLOQUE II - EL DISCURSO 3.BLOQUE III - COMUNICAR PARA LOS MEDIOS	SEMANA NO LECTIVA. SEMANA DE EXÁMENES.	1	Estudiar para el examen.	5
HORAS TOTALES PRESENCIALES:				66	HORAS TOTALES T. AUTÓNOMO:	84

Observaciones para alumnos exentos a la asistencia obligatoria por circunstancias justificadas:

Los alumnos que, por razones justificadas (previamente comunicadas a la Dirección del Grado), prevean no poder asistir al 80% de las clases teóricas, deberán ponerse en contacto con el profesor de la asignatura una vez iniciado el semestre (antes del 26 de septiembre), y concertar una tutoría en la que se analizará cada caso en particular para diseñar una estrategia de aprendizaje y actividades conexas individualizadas que garanticen la consecución de los objetivos planteados. En estos casos, el alumno/ a tendrá que asistir a las tutorías previamente acordadas con la profesora. En caso de que el alumno/ a no se ponga en contacto con la docente en la fecha indicada, se podría considerar que se trata de un alumno en modalidad presencial y, al no asistir a clase, puede perder el derecho a ser evaluado en primera convocatoria por haber superado el número de faltas permitidas (20%).

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

- **Clases magistrales:** exposición teórica de temario con el apoyo de materiales multimedia que ilustren la teoría planteada. Incluyen turnos de preguntas para la adecuada comprensión de las explicaciones.
- **Exposiciones orales y defensa de trabajos:** los alumnos presentarán trabajos de manera oral individualmente y en grupo.
- **Método del caso:** planteamiento de estudio de casos previo a la revisión de los mismos en el aula. El alumnado deberá analizar dichos casos para después participar en el aula explicando sus diversos análisis, conclusiones y criterios propios. La profesora ejercerá de guía durante estas sesiones para introducir la teoría en medio del análisis aportado por los alumnos.
- **Role playing:** simulacro de situaciones reales de comunicación en las que los alumnos tendrán que ponerse en situación y trabajar como auténticos profesionales, usarán los medios técnicos propios de la comunicación (procesadores de texto, bases de datos, cámaras, micrófonos, plató de TV).
- **Aprendizaje basado en problemas:** los alumnos adquirirán competencias y conocimientos clave a través de la realización de ejercicios prácticos basados en la ejecución de proyectos que darán solución a problemas basados en situaciones reales de comunicación.
- **Aprendizaje cooperativo:** la comunicación es un trabajo que habitualmente se ejerce en equipo, por eso parte de las prácticas a realizar requerirán de la cooperación de los alumnos y desarrollarán sus capacidades para trabajar en grupo, lo que mejora la implicación, la atención y la adquisición de conocimientos.

- **Aprendizaje basado en competencias:** a través de la evaluación mediante rúbricas y el análisis de los ejercicios grabados en el aula, los alumnos podrán ver su evolución en el desarrollo de sus competencias y comprender qué aspectos necesitan reforzar, mejorar o corregir.

- **Business Lab:** se presenta a los alumnos de ADE la realidad profesional desde el primer día, se crean equipos de trabajo definidos para la resolución de problemas reales de un negocio o empresa, en el caso de la presente asignatura, los casos a resolver tendrán relación con la comunicación oral y escrita, así como las estrategias de comunicación y su necesidad para la resolución de problemas de reputación, la consecución de clientes y/ o inversores y la resolución de conflictos en el entorno laboral. Estas actividades desarrollarán las habilidades sociales y técnicas del estudiante, mejorarán su rendimiento y le proporcionarán una ventaja competitiva en el mercado de trabajo.

- **Tutorías:** sesiones individuales fuera del horario lectivo para la resolución de problemas, dudas o ampliación de conocimientos por parte del estudiante, así como la revisión de trabajos evaluados.

Integración de lengua inglesa en la materia:

Internationalization is one of the main objectives of CESUGA. The teaching staff will be gradually introducing materials, texts, audiovisual media and other content through English in the subjects they teach. This course of action is included in the principles of the European Area of Higher Education (EAHE). The aim is for students to naturally and effectively use English in authentic situations while studying subjects included in their degree programs. Exposure to the English language forms an intrinsic part of each degree programme's plan of studies.

Some activities in this subject will be carried out in English. These activities can be seen in the provisional activity plan and are marked: basically oral presentations, writing abstracts, use of sources in English, etc.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	26
	Casos prácticos	8
	Debates	4
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	6
	Proyección de películas, documentales etc.	2
	Talleres	8
	Prácticas de laboratorio	9
	Actividades de evaluación	3
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	5
	Estudio individual	30
	Preparación de trabajos individuales	20
	Preparación de trabajos en equipo	11
	Tareas de investigación y búsqueda de información	10
	Lecturas obligatorias	8
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	20	%
Trabajos en equipo:	20	%
Prueba final:	45	%
Otros (asistencia, participación y excelencia ortográfica):	15	%
TOTAL	100	%

Observaciones específicas sobre el sistema de evaluación:

Primera convocatoria: para poder realizar la media ponderada, el alumno deberá tener aprobadas con una nota mínima de 5 la parte práctica de la asignatura (trabajos individuales y en equipo) y la parte teórica de la prueba final. La media ponderada contará con un peso del 20% para el total de trabajos individuales, un 20% para el total de trabajos en equipo, un 45% para la prueba final (examen teórico) y un 15% dependerá de otros factores como asistencia a la totalidad de las clases, alto grado de participación en el aula y excelencia ortográfica (no cometer ninguna falta ortográfica en más de la mitad de los trabajos individuales presentados). Aunque se tendrá en cuenta de manera positiva la asistencia regular a la totalidad de las clases, siempre se deberá cumplir con el mínimo del 20% para no perder el derecho a la primera convocatoria. El alumno suspenderá la primera convocatoria si no tiene un mínimo de 5 en la parte práctica (trabajos individuales y en equipo), en la prueba final o en la media ponderada total de la asignatura.

Segunda convocatoria: el alumno tendrá derecho a conservar su nota en la parte práctica o en la prueba final de la asignatura en caso de tenerla aprobada (nota mínima de 5) aunque su media ponderada no le permita superar la materia. En el caso de tener aprobada la prueba final y suspensa la parte práctica, el alumno tendrá que repetir aquellos trabajos indicados por la profesora y entregarlos en la fecha de examen de la segunda convocatoria. Los porcentajes a aplicar sobre estos trabajos serán los mismos que los indicados en la primera convocatoria. Para ello, el alumno deberá asistir a la revisión del examen de la primera convocatoria para conocer exactamente qué debe presentar en la segunda convocatoria. Es responsabilidad del alumno el ponerse en contacto con el profesor para tal fin.

Ortografía: dentro de los criterios de evaluación la Universidad estima un asunto prioritario la ortografía. Al amparo de los cambios en la norma idiomática en lengua española recogidos en la Ortografía de la lengua española (2010), publicada por la Real Academia Española, CESUGA ha establecido unos criterios de corrección vinculados a esta obra que se aplicarán en todas las pruebas de la materia. El documento que recoge el conjunto de criterios y su sanción se encuentra publicado en la Plataforma Docente Universitaria (PDU) de la materia

Plagio: asimismo, y de conformidad con el manual de Buenas Prácticas de la Universidad, se contemplará como una falta muy grave la comisión de plagio en cualquiera de los trabajos realizados, pues atenta contra el código deontológico de cualquier profesión.

No se permitirá en clase, salvo mención expresa del profesor y aquellos que proporciona la Universidad, **dispositivos electrónicos que perturben la atención y el correcto desarrollo de la asignatura.**

Faltas de asistencia: no asistir a clase más de un 20% de las horas presenciales estipuladas sin causa justificada puede suponer la pérdida de la evaluación en primera convocatoria.

Métodos de evaluación:

Instrumento de evaluación	Resultados de Aprendizaje evaluados	Criterios de evaluación	%
Trabajos individuales	R01 R02 R03 R04 R05	Capacidad de búsqueda y selección de información. Capacidad de creación de un escrito de calidad. Uso adecuado de la retórica y la persuasión. Conocimiento y aplicación de los formatos periodísticos. Capacidad de desarrollo de un mensaje coherente, lógico y adecuadamente expuesto. Creación de un texto para un discurso oral atractivo y persuasivo. Adecuación al tiempo de discurso y capacidad de síntesis de la información. Capacidad de exposición oral y manejo de las habilidades verbales, paraverbales y no verbales. Adecuada resolución de los casos y problemas propuestos. Corrección ortográfica, gramatical y sintáctica. Creación de un apoyo gráfico-visual (presentación) que apoye el discurso y sea adecuado para cada tipo de exposición. Uso opcional de la lengua inglesa.	20
Trabajos en equipo	R01 R02 R03 R04 R05	Capacidad de búsqueda y selección de información. Creación de una estrategia de comunicación de crisis adecuada al caso propuesto. Elaboración de una rueda de prensa que sirva al objetivo de comunicación. Creación de un texto para un discurso oral atractivo y persuasivo. Adecuación al tiempo de discurso y capacidad de síntesis de la información. Capacidad de exposición oral y manejo de las habilidades verbales, paraverbales y no verbales. Capacidad de improvisación ante los medios. Buena disposición para el trabajo en equipo. Creación de un apoyo gráfico-visual (presentación) que apoye el discurso y sea adecuado para el tipo de exposición informativa. Uso opcional de la lengua inglesa.	20
Prueba final	R01 R02 R03	Conocimientos teóricos de la materia y su aplicación práctica.	45

	R04 R05		
Otros (asistencia, participación y excelencia ortográfica)	R02 R03 R05	Asistencia puntual a la totalidad de sesiones presenciales de la asignatura. Alto grado de participación en el aula: participar con preguntas pertinentes, responder por extenso a las cuestiones planteadas por la profesora, debatir y colaborar con los compañeros de la materia. No cometer ninguna falta ortográfica o gramatical en más de la mitad de los trabajos individuales entregados.	15
Peso total:			100

Observaciones para alumnos exentos a la asistencia obligatoria por circunstancias justificadas:

Los alumnos que por razones justificadas (previamente comunicadas a la Dirección del Grado) prevean no poder asistir al 80% de las clases teóricas, deberán ponerse en contacto con el profesor de la asignatura una vez iniciado el semestre (antes del 26 de septiembre), y concertar una tutoría, en la que se analizará cada caso en particular para diseñar una estrategia de aprendizaje y actividades conexas individualizadas que garanticen la consecución de los objetivos planteados. En estos casos el alumno tendrá que asistir a las tutorías previamente acordadas con el profesor. En caso de que el alumno no se ponga en contacto con el docente en la fecha indicada, se podría considerar que se trata de un alumno en modalidad presencial y, al no asistir a clase, puede perder el derecho a ser evaluado en primera convocatoria por haber superado el número de faltas permitidas (20%).

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

ATKINSON, Max. Claves para hablar en público: todo lo que necesita saber sobre cómo pronunciar discursos y hacer presentaciones. Barcelona: Ediciones Gestión, 2005.
CAMACHO-MARKINA, Idoia. Formación de portavoces: cómo conseguir una comunicación efectiva ante los medios y otros públicos. Barcelona: UOC, 2017.
CORREA-PÉREZ, Alicia et al. Comunicación oral y escrita. México: Pearson, 2011.
DUEÑAS, Beatriz et al. De Cicerón a Obama: el arte de comunicar con eficacia, retórica, oratoria y técnicas de expresión oral. A Coruña: Netbiblo, 2011.
REYERO, Javier. Hablar para convencer. Madrid: Pearson, 2006.
URRUTIA, Belén. ¿Me hablas a mí?: la retórica de Aristóteles a Obama. Madrid: Taurus, 2012.

Bibliografía recomendada:

ALMENARA ALOY, Jaume et al. Comunicación interna en la empresa. Barcelona: UOC, 2005.
ARMAÑANZAS, Emy. Periodismo y argumentación: géneros de opinión. Bilbao: Universidad del País Vasco, 1996.
ARRESE, Ángel. ¿Interesa la economía?: economía, medios de comunicación y ciudadanía. Madrid: CIE DOSSAT, 2008.
CALVO MUÑOZ, Montse. Networking: el uso práctico de las redes sociales. Madrid: ESIC, 2009.
CARTER, Ronald y MCCARTHY, Michael. Exploring spoken English. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
DÍAZ-AROCA, Esmeralda. Cómo tener un perfil 10 en LinkedIn: un perfil de LinkedIn invisible es como un Ferrari sin motor. Barcelona: Códice, 2013.
DÍEZ FREIJEIRO, Sara. Técnicas de comunicación: la comunicación en la empresa. Vigo: Ideaspropias, 2005.
DONOVAN, Jeremy. Método Ted para hablar en público: los secretos de las conferencias que triunfan en todo el mundo. Barcelona: Ariel, 2016.
GONZÁLEZ HERRERO, Alfonso. Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa. Barcelona: Bosch, 1998.
RANGEL HINOJOSA, Mónica. El debate y la argumentación: teoría, técnicas y estrategias. México: Trillas, 2014.
RUBIO CEBRIÁN, Santiago y RUBIO GONZÁLEZ, Beltrán. El buen comunicador: claves para hablar en público. Madrid: Grupo 5, 2014.
STUART, Cristina. Técnicas básicas para hablar en público. Bilbao: Deusto, 1990.
STUDER, Jürg. Guía práctica de oratoria: hablar, exponer, convencer. Madrid: El Drac, 2006.
TASCÓN, Mario y CABRERA, Marga. Escribir en Internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales. Barcelona: Galaxia Gutenberg: Círculo de Lectores, 2012.
TUBAU, Iván. Periodismo oral: hablar y escribir para radio y televisión. Barcelona: Paidós Ibérica, 1995.

Páginas web recomendadas:

American Rhetoric: The Power of Oratory in the United States.	https://www.americanrhetoric.com/
Marketing XXI - Información sobre networking y comunicación en la era digital.	https://www.marketing-xxi.com/
TED. Canal de YouTube de las TED Talks con numerosas presentaciones orales de éxito.	https://www.youtube.com/c/TED
Recurso para contar caracteres y conocer el tiempo oral de un discurso escrito.	https://contarcaracteres.es/
Normas APA. Consulta en línea de las normas para la correcta citación y atribución de fuentes en los trabajos académicos.	https://normas-apa.org/
Real Academia Española. Acceso a diccionarios y normas del castellano.	https://www.rae.es/

OBSERVACIONES: