

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN		
Identificador:	31874		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
Módulo:	LENGUA Y COMUNICACIÓN		
Tipo:	MATERIA BASICA		
Curso:	1	Periodo lectivo:	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	60	Trabajo Autónomo:	90
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Inglés
Profesor:	OLIVA CANTIN, HECTOR JAVIER	Correo electrónico:	hjoliva@usj.es

PRESENTACIÓN:

La presente asignatura busca introducir los conceptos básicos de las diferentes manifestaciones de la comunicación a los alumnos de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. La materia tratará de dar un contexto a las necesidades y revoluciones en materia comunicativa desde una perspectiva crítica.

No se trata de acumular datos enciclopédicos, sino de entender los motivos que han permitido crear y desarrollar diferentes medios y herramientas de comunicación, así como el uso que se han hecho de los mismos a lo largo de la historia.

A lo largo de las semanas, la comunicación oral, la prensa, la propaganda, la publicidad y relaciones públicas, el cine, la radio, la televisión y la comunicación digital serán las protagonistas.

El objetivo final será transmitir la pasión por la comunicación que han marcado siglos de existencia humana y que el alumno entienda un poco mejor el mundo en el que vive y en el que se va a desarrollar como profesional y como persona.

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.
	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.
	E15	Capacidad para entender e interpretar el entorno particular de la publicidad y de las relaciones públicas y adaptarse al cambio que prevé un contexto extraordinariamente dinámico, mediatizado por nuevas metodologías y herramientas de gestión de la actividad profesional.
	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.
Resultados de Aprendizaje	R01	Conocer los conceptos y acontecimientos básicos que caracterizan la historia de la actividad comunicativa.
	R02	Identificar a los principales actores individuales y colectivos que protagonizaron la Historia de la Comunicación, así como las relaciones que se establecieron entre ellos.
	R03	Conocer y comprender la actual concepción de la Comunicación Audiovisual, del Periodismo, de la Propaganda, de la Publicidad y de las Relaciones Públicas atendiendo a su origen y antecedentes.
	R04	Entender las estrechas relaciones entre las evoluciones social y política con la evolución en el ámbito de la comunicación desde un prisma crítico.
	R05	Adquirir una cultura profesional básica.



REQUISITOS PREVIOS:

- Tener curiosidad.
- Ganas de aprender y trabajar.
- Interés por el mundo que nos rodea.
- Ser crítico.
- Vocación por alguna rama de la Comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual y/ o Publicidad y RR.PP.).

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

La asignatura se impartirá, salvo que se indique lo contrario, los lunes y miércoles de 09:00 - 10:40 en el T23 de la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad San Jorge.

Adicionalmente a las sesiones y actividades presenciales programadas en el calendario del curso, los alumnos podrán solicitar tutorías fuera del periodo lectivo de la asignatura y en horario de tutoría del docente: lunes de 11:00 - 12:30 y miércoles de 15:00 - 16:40, en el T11 de la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales.

Contenidos de la materia:

1 - INTRODUCCIÓN
1.1 - SOBRE LA COMUNICACIÓN
1.2 - HISTORIA Y COMUNICACIÓN
2 - LA REVOLUCIÓN IMPRESA
2.1 - EL ARTE DIVINO: DE LA COMUNICACIÓN ORAL A LA ESCRITA
2.2 - LA REVOLUCIÓN DE LA IMPRENTA
2.3 - DEL ABSOLUTISMO A LA LIBERTAD
2.4 - LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA PRENSA Y LA LIBERTAD BURGUESA
2.5 - LA PRENSA COMO NEGOCIO
3 - LA REVOLUCIÓN VISUAL
3.1 - FOTOGRAFÍA: DANDO VISIÓN A LA HISTORIA
3.2 - CINE: LA IMAGEN COBRA VIDA
3.3 - EL TRIUNFO DE LA PERSUASIÓN: PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
3.4 - EL TRIUNFO DE LA INFLUENCIA: PROPAGANDA
4 - LA REVOLUCIÓN ELECTRÓNICA
4.1 - LA PRIMERA REVOLUCIÓN ELECTRÓNICA: EL TELÉGRAFO Y EL TELÉFONO
4.2 - EL NUEVO MUNDO SONORO: LA RADIO
4.3 - LA NUEVA VENTANA AL MUNDO: LA TELEVISIÓN
5 - LA REVOLUCIÓN DIGITAL
5.1 - EL ORIGEN DE TODO: EL ORDENADOR
5.2 - REDES DIGITALES
5.3 - CULTURAL GLOBAL Y COMUNICACIÓN PERSONAL

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:

Para lograr el desarrollo de las competencias establecidas en la asignatura, las sesiones se plantean de la

siguiente manera:

1. Sesiones teóricas: para las sesiones teóricas se usará fundamentalmente la clase magistral y se profundizará en los contenidos reflejados en el programa de la asignatura. Estas sesiones se han diseñado de forma interactiva: se apoyan siempre en ejemplos prácticos a través de diferentes medios audiovisuales como el vídeo, DVD's y ordenador, y se fomenta la participación del alumno con la formulación de preguntas o la simulación de casos sobre los temas. De este modo, el alumno tiene mayor facilidad para asimilar los conceptos. Además, todo el contenido de clase quedará complementado por diversos textos y documentos con las principales ideas de

2. Sesiones de dinámicas grupales: en cada tema habrá una actividad grupal en la que los alumnos tendrán que indagar en una pregunta/ caso y deberán presentar sus argumentos y punto de vista crítico.

3. Sesiones de visionado: a lo largo de la asignatura se verán ejemplos visuales que reforzarán los contenidos trabajados en clase.

4. Sesiones de tutoría: las sesiones de tutoría están orientadas a que el alumno pueda formular al profesor todas aquellas preguntas, dudas e inquietudes relacionadas con el contenido de la asignatura. Los estudiantes podrán solicitar, según su criterio, las tutorías que consideren oportunas para tratar asuntos relacionados con la asignatura dentro del horario del docente destinado a tales cuestiones: lunes de 11:00 - 12:30 y miércoles de 15:00 - 16:40 (T11 de la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales).

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	44
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	4
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	6
	Proyección de películas, documentales etc.	4
	Actividades de evaluación	2
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	2
	Estudio individual	54
	Preparación de trabajos individuales	24
	Preparación de trabajos en equipo	10
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

I EXAMEN PARCIAL:	30	%
II EXAMEN PARCIAL:	30	%
TRABAJO INDIVIDUAL:	20	%
TRABAJO GRUPAL:	15	%
VIDEOPRESENTACIÓN:	5	%
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:

Rueda Laffond, J. C., Galán Fajardo, E., y Rubio Moraga, Á. L., Historia de los medios de comunicación, Alianza Editorial, Madrid, 2014 [manual de la asignatura para los alumnos no presenciales].

Bibliografía recomendada:

Bordería, E., Laguna, A. y Martínez, F., Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias, Editorial

Síntesis, Madrid, 1998.
Baran, S., Introduction to Mass Communication, McGraw-Hill, Nueva York, 2008.
Barbier, F., y Bertho-Avenir, C., Historia de los medios. De Diderot a Internet, Colihue, Buenos Aires, 2000.
Barrera, C. (coord.), Historia del periodismo universal, Barcelona, Ariel, 2004.
Briggs, A., y Burke, P., De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación, Taurus, Madrid, 2002.
Jenkins, Henry. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: NYU Press, 2008.
Montero, J., y Rueda, J. C., Introducción a la Historia de la Comunicación Social, Ariel, Madrid, 2001.
Poe, Marshall T. A history of Communications. Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet. New York: Cambridge University Press, 2011.

Páginas web recomendadas:

International Communication Association	http://www.icahdq.org
Timeline for History of Communication	http://www.worldhistorysite.com/culttech.html
General Media History digital archive	http://mediahistoryproject.org
Archive of Newspapers	http://chroniclingamerica.loc.gov
Old Time Radio	https://archive.org/details/oldtimeradio
Historical photo collection	http://www.archives.gov/research/alic/reference/photography.html
Resources for advertising history	http://historymatters.gmu.edu/mse/ads/online.html
Film & Videocollection	https://www.loc.gov/film-and-videos/collections