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:	65	**Trabajo Autónomo:**	85
Idioma Principal:	Castellano	**Idioma Secundario:**	Inglés
Profesor:		**Correo electrónico:**	

PRESENTACIÓN:

La presente materia busca introducir a los alumnos de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas en los conceptos básicos de las diferentes manifestaciones de la comunicación; tratando de contextualizar 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 ha hecho, y se hace, de estos a lo largo de la historia. La comunicación oral, la prensa, la propaganda, la publicidad y las 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 ha marcado siglos de existencia humana, y que los alumnos y las alumnas entiendan un poco mejor el mundo en el que viven y en el que se van a desarrollar como profesionales y como personas.

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.

- Tener ganas de aprender y trabajar.
- Mostrar interés por el mundo que nos rodea.
- Ser crítico.
- Sentir vocación por alguna rama de la Comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual y/ o Publicidad y RR. PP.).
- Conocimientos de las normativas:

[Se darán por conocidas las normas de ortografía y gramática, así como el reglamento sobre plagio de la Universidad San Jorge y el uso de la herramienta Turnitin. Si una alumna o un alumno necesitase reforzar la ortografía y/ o la gramática, que consulte a la profesora].

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

Sobre la planificación y la situación sanitaria actual:

- La profesora podrá introducir cualquier modificación en la programación presentada, así como en los contenidos, sistemas de evaluación y prácticas, siempre que sea necesario conforme a la evolución del curso y de la situación sanitaria.
- De igual forma, esta programación queda supeditada a la evolución de la situación sanitaria durante el curso académico. La docente, conforme a las indicaciones que se le hagan llegar a este respecto, podrá modificar en
- cualquier momento la programación y modalidad de las sesiones, así como la ejecución de ciertos ejercicios y/o el sistema de evaluación, respetando siempre la evaluación continua y el trabajo previo realizado ya por los alumnos y las alumnas.
- **La materia se va a iniciar siguiendo un sistema híbrido que alternará sesiones presenciales en la Universidad San Jorge (USJ) y sesiones online síncronas (por Teams) que deben ser seguidas, contando la ausencia a estas como falta (deberán justificarse igual que las presenciales en la USJ).** De esta forma, los estudiantes acudirán presencialmente al aula las semanas impares del calendario académico; las semanas pares se hará un seguimiento online (mediante sesiones síncronasen Teams). En la programación semanal se ha marcado convenientemente a través de qué sistema se desarrollarácada semana y sesión.
- Si las circunstancias (por la pandemia) cambian y debemos pasar todas las clases al sistema online, las fechas de entrega se mantienen igual.

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 y se fomenta la participación del alumnado con la formulación de preguntas o la simulación de casos sobre los temas; de este modo, se facilita la asimilación de los conceptos. Además, todo el contenido de clase quedará complementado por material de apoyo.
2. **Sesiones de dinámicas grupales**: Se programarán actividades grupales en las que los alumnos y las alumnas tendrán que indagar en una pregunta/ caso y deberán presentar sus argumentos y puntos de vista críticos.
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**: Durante las sesiones de tutoría se pueden formular a la docente todas aquellas preguntas (dudas e inquietudes) relacionadas con el contenido de la asignatura. Los y las estudiantes podrán solicitar, según su criterio**,** las tutorías que consideren oportunas para tratar asuntos relacionados con la asignatura dentro del horario de la docente destinado a tales cuestiones (registrado en la PDU).

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	47
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	4
	Debates	2
	Proyección de películas, documentales etc.	6
	Otras actividades prácticas	4
	Actividades de evaluación	2
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	2
	Estudio individual	35
	Preparación de trabajos individuales	25
	Preparación de trabajos en equipo	8
	Tareas de investigación y búsqueda de información	5
	Lectura libre	6
	Otras actividades de trabajo autónomo	4
	Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Práctica grupal 1:	5	%
Práctica grupal 2:	10	%
Práctica grupal 3:	15	%
Memoria de las prácticas grupales:	20	%
Trabajo final (individual):	30	%
Prueba final (examen):	20	%
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.
Brigss, 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 frome 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 &Video collection	https://www.loc.gov/film-and-videos/collections

* Guía Docente sujeta a modificaciones