

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN		
Identificador:	31870		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
Módulo:	LENGUA Y COMUNICACIÓN		
Tipo:	MATERIA BASICA		
Curso:	1	Periodo lectivo:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	56	Trabajo Autónomo:	94
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Castellano
Profesor:	GARCIA ORTEGA, CARMELA (T)	Correo electrónico:	cgarcia@usj.es

PRESENTACIÓN:

Teoría de la comunicación pretende introducir a los alumnos de primer curso en la comunicación como objeto de estudio. Esta asignatura sirve de base teórica y conceptual a todas las demás materias que tienen la comunicación como sustrato. El temario versará esencialmente acerca de la definición de comunicación, de sus características, de su finalidad y de los elementos que han de estar presentes en una situación comunicativa. Asimismo, se estudiarán los diferentes ámbitos de la comunicación, haciendo especial hincapié en la comunicación colectiva y en las principales teorías sobre los efectos de los medios en el público. Esta materia supone para el alumnado un primer contacto, desde el punto de vista académico, con la compleja realidad de la comunicación, así como un acercamiento a los modos de trabajar de los profesionales de este campo.

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:

Observaciones:

- La asignatura se estructura en dos partes: la primera comprende los seis primeros temas y la segunda abarca desde el siete hasta el nueve.
- La planificación que figura en la previsión de actividades de aprendizaje es aplicable tanto al grupo A como al grupo B.
- La materia se va a iniciar siguiendo un sistema híbrido que alternará sesiones presenciales y sesiones online síncronas. De esta forma, los estudiantes acudirán presencialmente al aula (T23 para el grupo A y A21 para el grupo B) las semanas impares del calendario académico; las semanas pares se hará un seguimiento online (mediante sesiones síncronas en Teams). En la planificación que figura en la previsión de actividades de aprendizaje se ha marcado qué sistema será utilizado cada semana.
- Los estudiantes deberán hacer uso de los programas que la Universidad pone a su disposición para la docencia: correo electrónico, PDU y Microsoft Teams, entre otros. Los horarios de impartición de la asignatura son siempre los mismos, independiente de que la docencia se desarrolle de manera presencial u online. En ambos casos, los estudiantes deberán cumplir con las normas de asistencia y ser puntuales.
- Está prohibida la difusión, distribución o divulgación de la grabación de las clases (tanto presenciales como online), particularmente en redes sociales y servicios dedicados a compartir apuntes. La infracción de esta prohibición puede generar responsabilidad disciplinaria, administrativa, civil e incluso penal. Como consta en el artículo 20 del Reglamento Regulador del Orden y la Convivencia en la Universidad San Jorge, “realizar grabaciones de sonido y/o imagen del desarrollo de las clases teóricas o prácticas o de las conferencias que tengan lugar en la Universidad, así como reproducirlas sin haber obtenido las correspondientes autorizaciones” se categoriza dentro de las conductas gravemente perjudiciales para la convivencia. Las medidas correctoras pueden suponer desde una amonestación hasta la imposibilidad de matricularse en la Universidad en el siguiente curso, pasando por la pérdida del derecho a evaluación o incluso invalidación de la calificación en varias o todas las convocatorias de una o varias asignaturas del curso académico.
- Es importante conocer la normativa académica de la Universidad San Jorge. Para ellos, se remite a los estudiantes a la consulta de la Guía Académica.

Contenidos de la materia:

1 - INTRODUCCIÓN
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
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
4.2 - 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
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

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:

- La profesora 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 de la profesora 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 de la profesora en el aula.
- Los alumnos deberán leer y estudiar, fuera del horario lectivo, todos aquellos documentos que la profesora reparta en el aula, cuelgue en la PDU o distribuya a través de cualquier otra plataforma.
- La profesora atenderá las dudas de los alumnos y les orientará en el estudio de la materia en su horario de tutoría. Por seguridad, y siempre que sea posible, las tutorías se realizarán a través de Teams. Para ello, será necesario que los alumnos pidan cita previa a la profesora por correo electrónico.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	49
	Otras actividades teóricas	2
	Actividades de evaluación	3
	Revisión de exámenes	2
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	3
	Estudio individual	90
	Otras actividades de trabajo autónomo	1
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Examen escrito de la primera parte del temario:	60	%
Examen escrito de la segunda parte del temario:	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. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós, 2000.
- McQUAIL, Denis, y WINDAHL, Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona: Eunsa, 1997.
- RODRIGO ALSINA, Miquel. Los modelos de la comunicación. Madrid: Tecnos, 1989.

Páginas web recomendadas:

ABC	www.abc.es
El Mundo	www.elmundo.es
El País	www.elpais.com
El Periódico de Aragón	www.elperiodicodearagon.com
Heraldo de Aragón	www.heraldo.es
La Razón	www.larazon.es
Antena 3	www.antena3.com
Cuatro	www.cuatro.com
Telecinco	www.telecinco.es
RTVE	www.rtve.es
SER	www.cadenaser.com
COPE	www.cope.es