

# Guía docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Publicidad		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Comunicación: Habilidades y Competencias para el Liderazgo		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	1º	Código:	1915
Periodo docente:	Segundo semestre		
Materia:	Creatividad Publicitaria		
Módulo:	Procesos de Ideación y Estrategias de Comunicación (Habilidades)		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El alumno desarrollará la capacidad de conocerse a sí mismo y trabajar en los diferentes ámbitos de la persona: inteligencia, voluntad, afectividad y relaciones sociales.

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas / generales / transversales

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto

avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Adquirir un pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico para ser capaz de comprender la realidad y las necesidades de los anunciantes para elaborar mensajes persuasivos que se difundan a través de los medios de comunicación como soporte.

Adquirir la capacidad de expresarse con corrección de forma oral, escrita y en soporte audiovisual o multimedia.

Ser capaz de generar opinión pública y crear puentes con los distintos sectores sociales que permitan el desarrollo y la difusión de un mensaje y una cultura al servicio del hombre, transmitiendo valores basados en la búsqueda de la verdad y del bien común, utilizando como soporte la publicidad y las Relaciones Públicas.

Ser capaz de investigar y profundizar en el proceso comunicativo y su impacto social.

### Competencias específicas

Desarrollar y transmitir, a través de la actividad publicitaria, actitudes de respeto y diálogo frente a otras culturas y religiones en la búsqueda de la verdad.

Organizar y explicar didácticamente las distintas estrategias y políticas de comunicación persuasiva.

Identificar el propio proceso de maduración personal y las metas a alcanzar, organizando un plan de acción orientado a su consecución.

Cultivar actitudes de liderazgo y responsabilidad social en el desempeño personal y profesional.

Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones, tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

### DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

### OBJETIVO

Profundizar en el conocimiento de sí mismo, reconociendo los hábitos que debe formar en las diferentes dimensiones de la persona para fomentar la madurez personal.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- o Descubrir diversos referentes profesionales para reflexionar sobre el profesional que quiere ser.
  - o Descubrir en la metodología universitaria el camino y el entrenamiento necesarios para descubrir y llegar a ser quien quiere ser.
  - o Comprender que cada una de sus acciones contribuye a madurar o empobrecer su desarrollo personal.
  - o Aprender a conocerse y comprenderse a sí mismo en lo que hace y cómo lo hace.
  - o Descubrir y comprender en su acción los dinamismos de autoconocimiento aprendizaje motivación encuentro afectividad y liderazgo personal.
  - o Identificar y trabajar en el desarrollo de las habilidades y competencias relacionadas con el ejercicio de la profesión.
  - o Reconocer y analizar las diferentes formas de actuar que se dan a la hora de enfrentarse a situaciones difíciles y de construir en la adversidad constancia perseverancia optimismo superación y compromiso.
  - o Diseñar y ejecutar un proyecto de formación universitaria y profesional que responda a lo descubierto en los objetivos anteriores.
- Al completar de forma satisfactoria esta asignatura los alumnos serán capaces de:
- o Reconocerse a sí mismos en su formación universitaria y profesional para identificar el momento de su proceso de maduración personal.

## TEMARIO

- I) Introducción. Bases preliminares.
- II) Conocimiento de sí mismo: inteligencia, voluntad, afectividad y relaciones sociales.
- III) Síntesis integradora.

## METODOLOGÍA/ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

1. La metodología seguida en esta asignatura está dirigida a conseguir un aprendizaje significativo por parte del alumno de los conceptos y técnicas fundamentales de la materia. Por ese motivo se combinan lecciones expositivas con seminarios, talleres y presentación de trabajos, de manera que se favorezca la participación del alumno y la interacción alumno-profesor y alumno-alumno como vía para fomentar el aprendizaje colaborativo y la capacidad de autoaprendizaje, todo ello mediante estrategias de resolución de problemas y metodologías de intervención. Las actividades no presenciales, que pueden ser tanto de tipo individual como colectivo, serán supervisadas por el profesor en clases y tutorías, tanto individuales como de grupo, estando encaminadas a favorecer el aprendizaje autónomo y colaborativo.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación continua del alumno se realizará mediante una o varias pruebas escritas de carácter teórico-práctico (50% de la nota final), la defensa oral y/o escrita de trabajos individuales o en grupo (40%) y la participación e implicación en la asignatura (10%). La evaluación continua se aplicará en aquellos casos en que la asistencia a las clases de la asignatura sea igual o superior al 80% (siendo la única excepción a esta norma la de los alumnos que estén matriculados en cursos superiores y que por incompatibilidad de horarios no puedan asistir presencialmente a todas las clases) y en que las actividades pertenecientes a la evaluación continua hayan sido superadas según el criterio del profesor.

En los casos en que no se cumplan las condiciones para aplicar la evaluación continua, la evaluación de la asignatura se realizará mediante un examen final que englobe todo el temario y que incluya todos los aspectos presentes en la evaluación continua.

En la convocatoria de septiembre el profesor decidirá, en función del desarrollo del curso y las características del grupo, si los alumnos deben ser evaluados mediante las actividades de la evaluación continua o a través de la

realización de un examen final que englobe todo el temario e incluya todos los aspectos presentes en la evaluación continua.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Bibliografía básica**

Ortiz, José María (2005). Madurar profesionalmente. Madrid: Pearson Educación.

Guardini, Romano (1970). La aceptación de sí mismo - las edades de la vida. Madrid: Cristiandad.

Marina, Jose Antonio (2000). El vuelo de la inteligencia, Barcelona: De Bolsillo.

López Quintás, Alfonso (2004). La experiencia estética y su poder formativo. Bilbao: Universidad de Deusto.

Frankl, Viktor (1979). El hombre en busca del sentido. Barcelona: Herder.

Hunter, James (1999). La paradoja. Barcelona: Urano.