

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Integral Leadership Program (Título propio asociado a ADE+RRII)		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales		
Asignatura:	El Mundo de la Comunicación		
Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	2
Curso:	2	Código:	71340
Periodo docente:	Tercer-Cuarto semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	50		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Paulina Núñez Jiménez	paulina.nunez@ufv.es
María José Díaz López	m.diaz@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El curso denominado “El mundo de la Comunicación” introduce al alumno en el conocimiento de los procesos, mecanismos y agentes socializadores que constituyen y determinan de manera preponderante la creación de la Cultura y las relaciones sociales de nuestros días. Por un lado, profundiza en el propio concepto de la Comunicación; su naturaleza, su fin y su misión, tanto en el ámbito social como en el personal. Conocer su naturaleza y sus fines permitirá al futuro directivo que persiga liderar una organización política, empresarial o de cualquier otro tipo establecer un diálogo fructífero con los públicos a los que se dirige. No solo para transmitir los valores y la misión de la institución que gobierne sino para solventar malentendidos y situaciones de incomunicación. Incomunicación que también puede producirse en el seno de la propia organización cuyo diálogo interno deber generarse a través de múltiples acciones de comunicación. La motivación de los equipos de trabajo, la comunicación interna del ideario o la misión en entidades de diversa índole es crucial para su óptimo desarrollo. En este sentido, los contenidos de este programa formativo orientan la necesidad de profundizar y desarrollar las habilidades comunicativas personales.

El curso denominado “El mundo de la Comunicación” introduce al alumno en el conocimiento de los detonantes,

procesos y agentes socializadores que constituyen y determinan de manera preponderante la creación de la Cultura y las relaciones sociales de nuestros días. Por un lado, profundiza en el propio concepto de la Comunicación; su naturaleza, su fin y su misión, tanto en el ámbito social como en el personal. Conocer su naturaleza y la inteligencia e intencionalidad de las tendencias actuales le permitirá liderar una organización política, empresarial o de cualquier otro tipo establecer un diálogo fructífero con los públicos a los que se dirige, un encuentro creativo con realidades en continua transformación. No solo para transmitir los valores y la misión de la institución que gobierne sino para saber aceptar los valores y aprendizajes que esta época de cambios le aporta.

En este sentido, los contenidos de este programa formativo orientan la necesidad de profundizar y desarrollar la apertura a los nuevos horizontes que la transformación digital aporta a las relaciones interpersonales, sabiendo ver más allá de los meros dispositivos técnicos, la búsqueda de ser humano que vertebra la historia de la humanidad. De tal manera que se pueda conducir en ellos con una actitud coherente, creativa y generosa, generando oportunidades de desarrollo para los que trabajen a su lado y a su cargo.

El curso incluye, por tanto, unas horas dedicadas exclusivamente a la formación en presentaciones profesionales y comunicación en público. Ofrecerá un panorama de los principales grupos y plataformas de comunicación mundiales en todos los ámbitos de la producción de contenidos multimedia, los nuevos modelos de negocio de la comunicación y la transformación e integración digital en sus procesos de producción y difusión. Buscará construir con los alumnos un espacio de conocimiento más profundo de la humanidad que subsiste en un desarrollo tecnológico imparabile.

OBJETIVO

Conocer la naturaleza, intencionalidad, procesos de la transformación digital de la comunicación, el panorama internacional y mecanismos de desarrollo de la comunicación personal, social y la relación que debe establecer el líder de cualquier organización para aprovechar eficazmente las posibilidades que le brinda en el cumplimiento de su misión.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Todos aquellos conocimientos que ha debido adquirir en los estadios de educación anteriores a su ingreso en la Universidad. Nivel usuario en las principales RRSS.

CONTENIDOS

1. Introducción a los principios de la comunicación, naturaleza y fin de la comunicación social actual.

1.1. Objetivos de la materia y sistema que se seguirá.

a. Los proyectos por equipos podrán ser de innovación, de estudio, de mayor aprovechamiento de lo ya existente.

b. El equipo recibirá dos tipos de evaluaciones:

- Ellos pedirán ser evaluados en ciertos aspectos según la finalidad de su proyecto. 40%
- La profesora les evaluará considerando el cuadro de cada uno de los integrantes. 60%

1.2 Principios de la comunicación, naturaleza y fin de la comunicación social actual.

a. Toma de contacto ¿dónde estamos respecto a lo que hay?

b. Competencias digitales de la Comunidad Europea.

c. Y si pudiéramos solucionar algo ¿qué elegiríamos? Capacidad de relacionar esto con los retos actuales.

2. Los hitos de la revolución de la comunicación, tendencias. Pero ¿qué nos dice esto del corazón del ser humano?

2.1 Las principales tendencias de la transformación digital.

2.2 El cambio de paradigma que está en construcción en la comunicación institucional (la visión de

la realidad, los organigramas, el papel de la identidad y reputación)

3. Principios invariables, elementos variables y nuestro mensaje. (2 hrs)
 - 3.1 Recordemos de los principios y naturaleza: emisor, mensaje, receptor. ¿Qué nos dice la realidad al respecto?
 - 3.2 El reto que nos plantean los algoritmos (información instrumentalizada, mercados híper segmentados vs. tendencia a la globalización y conectividad).
 - 3.3 Implicaciones éticas ¿se ha democratizado el acceso a la información? ¿basta la posibilidad de conectividad o se ha de enseñar o regular como una nueva habilidad social? Nética y nétiqueta.
4. Trazar pautas para el horizonte personal, profesional y comunitario.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lección magistral, invitados (online), ver y comentar contenido online.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
18 horas	32 horas

COMPETENCIAS

Capaz de desplegar una Inteligencia simbólica (del Corazón): para conocer el núcleo de la realidad Poniendo la inteligencia al servicio de la realidad para conocerla; con una afectividad integrada, para acoger lo valioso de la realidad y los acontecimientos que le suceden. Para ello, el alumno de la EGL sabrá desplegar su:

- Capacidad de análisis e investigación, búsqueda de información.
- Pensamiento lateral/ divergente
- Capacidad de síntesis
- Capacidad de conocer intuitivamente

Capaz de diseñar estrategias

Siendo capaz de redactar y proponer estrategias alternativas al poner en juego la creatividad y todo lo que implica

Capaz de generar Networking

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocer e interpretar la realidad social en el contexto digital. Identificar los principales acontecimientos del mundo actual adquiriendo un conocimiento de la realidad sociocultural y sus implicaciones económicas.

Adquirir la capacidad para plantear y responder creativamente a las preguntas fundamentales en torno a las posibles causas y consecuencias de los acontecimientos humanos, sociales, políticos y económicos.

Entender los mecanismos de generación de opinión pública y crear puentes con los distintos sectores sociales que permitan el desarrollo y la difusión de una comunicación y una cultura al servicio del hombre, transmitiendo valores basados en la búsqueda de la verdad y del bien común y expresar su parecer al respecto.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

CONVOCATORIA ORDINARIA.

Para poder superar la Asignatura en convocatoria ordinaria es preceptivo:

Activar su perfil en la asignatura de "El mundo de la Comunicación" dentro del Aula Virtual de la UFV.

Asistir al menos al 80% de las sesiones impartidas por los distintos profesores.

Hacer el proyecto teórico/práctico.

Para la parte de Comunicación Digital, la evaluación será el resultado de la media ponderada de los siguientes conceptos:

- Asistencia con aprovechamiento: 50%
- Trabajo práctico: 50%

Para la parte de Oratoria, se evaluará la asistencia con aprovechamiento medido a través de los distintos ejercicios prácticos que se realizarán en el Taller: 100% de la nota.

Los alumnos con dispensa académica (debidamente acreditada) realizarán un trabajo teórico-práctico a partir de material extra que proporcionará el profesor. Este trabajo supondrá el 100% de la evaluación.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Trabajo final acerca de algún punto del contenido y la bibliografía de la Asignatura; de acuerdo con los profesores de la misma.

Este trabajo será presentado en el formato on-line determinado por el profesor.

NB: El profesor que impartirá por espacio de 8 horas el taller de Oratoria es: Miguel Ángel Guisado maguisado@habilor.com que informará al alumno el lugar/despacho donde podrá recibirle para las tutorías o revisiones.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

MACLUHAN, Marshall. Comprender los medios de comunicación : las extensiones del ser humano. Barcelona : Paidós, 1996

FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, Alfredo. Medios de comunicación social : los procesos de comunicación. San Sebastian : Donostiarra, D.L. 1997

ANDERSON, CHRIS. Charlas TED. Deusto. 2016.

FEW, STEPHEN. Show me the numbers. Analytics Press. 2004.

HIMANEN, Pekka. La ética del hacker y el espíritu de la era de la información. Ediciones Destino, Barcelona, 2002.

Complementaria

BADOS LÓPEZ, Arturo. Hablar en público. Eds. Pirámide, Madrid, 1991.

MERAYO, Arturo. Curso práctico de técnicas de comunicación oral. Tecnos, Madrid, 1998.

MARIN CALAHORRO, Francisco. Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional. Madrid : Síntesis, 1997

Los recursos de información : ventaja competitiva de las empresas. Madrid : McGraw-Hill, 1997

Los efectos de la nueva comunicación : el consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia. Barcelona : Bosch, 1996

EMERY, James C. Sistemas de información para la dirección : el recurso estratégico crítico Madrid : Díaz de Santos, D.L. 1990

RAMÍREZ DE LA PISCINA, Txema Gabinetes de comunicación : funciones, disfunciones e incidencia. Barcelona : Bosch, 1995

Los efectos de los medios de comunicación : investigaciones y teorías. Editorial: Barcelona : Paidós, 1996

MACLUHAN, Marshall. La Aldea global : transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el s. XXI. Barcelona : Gedisa, 1996

FERNÁNDEZ CAMPO, Sabino. Los discursos del poder. Belaqva, Barcelona,2003.

WIRTHLIN, Richard B. Campaña electoral : persuadir por la razón, motivar por la emoción: la estrategia de la comunicación política : conferencia pronunciada en el Salón de Actos de la Facultad de Cc. de la Información , el 16 de Noviembre de 1992 / Richard B. Wirthlin (1995) Editorial: Madrid : [Complutense], D.L. 1995

FERNÁNDEZ CAMPO, Sabino. Los discursos del poder. Belaqva, Barcelona,2003.

TANNEN, Deborah. ¡Yo no quise decir eso! Paidós, Barcelona,1991.

CEBRIÁN, Juan Luis . La red : cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación. Madrid. Taurus, 1998

CROWLEY, David. La comunicación en la historia : tecnología, cultura y sociedad. Barcelona : Bosch, 1997

SAAVEDRA, Irene. Motivación y comunicación en las relaciones laborales. Madrid : Pirámide, D.L. 1998

REYNOLDS, GARR. Presentación Zen. New Riders/Pearson. 2008.