

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Integral Leadership Program (Título propio del Programa Excellens)
-------------	--

Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales
-------------------	------------------------------------

Asignatura:	El Mundo de la Comunicación
-------------	-----------------------------

Tipo:	Propia Obligatoria
-------	--------------------

Créditos ECTS:	2
----------------	---

Curso:	2
--------	---

Código:	72140
---------	-------

Periodo docente:	Tercer-Cuarto semestre
------------------	------------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	50
--	----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Francisco Javier de la Rosa García	j.delarosa@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 incluye, por tanto, unas horas dedicadas exclusivamente a la formación en presentaciones profesionales y comunicación en público. Por otro lado, se centrará en ofrecer 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.

OBJETIVO

Conocer la naturaleza, procesos, panorama internacional y mecanismos de desarrollo de la comunicación personal, social, política e institucional 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.

CONTENIDOS

1. Definición, naturaleza y fin de la comunicación social
 2. Panorama internacional de los medios de comunicación social
 3. La revolución digital en la comunicación social e interpersonal.
 4. Comunicación para informar
 5. Comunicación para convencer
 6. Comunicación para defender y unir
 7. Taller de presentaciones
1. Definición, naturaleza y fin de la comunicación social
 2. Panorama internacional de los medios de comunicación social
 - 2.1 Mapa de los grandes grupos multimedia en el mundo
 - 2.2 Nuevas plataformas de producción y distribución de contenidos multimedia
 3. La revolución digital en la comunicación social e interpersonal.
 - 3.1 El reino de GAFa (Google, Amazon, Facebook y Apple)
 - 3.2 El gran hermano. La privacidad y la protección de datos
 - 3.3 Efectos de las nuevas tecnologías en los hábitos personales y sociales
 - 3.4 La cultura del selfie.
 4. Comunicación para informar
 - 4.1 La mirada del periodista. Objetividad versus manipulación
 - 4.2 Las líneas editoriales de los medios
 - 4.3 Situación actual del Periodismo en el mundo
 - 4.4 La influencia social del Periodismo en la transformación de la cultura
 - 4.5 Nuevas formas de periodismo: la transformación digital en la producción periodística
 - 4.6 Nuevos modelos de negocio
 5. Comunicación para convencer
 - 5.1 Comunicación política versus propaganda
 - 5.2 La publicidad y los contenidos transmedia
 6. Comunicación para defender y unir
 - 6.1 Comunicación institucional y empresarial.
 - 6.2 La Comunicación interna y externa en las organizaciones.
 7. Taller de presentaciones
 - 7.1 Panorama y realidad de las presentaciones de empresa
 - 7.2 Análisis crítico de un orador y su entorno
 - 7.3 Técnicas y habilidades entrenar: Actuación, Diseño y Narrativa
 - 7.4 Práctica: diseño y exposición de presentación en grupos

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La integración de conceptos teóricos y ejercicios prácticos permitirá un rápido aprendizaje por parte del alumno.
Trabajo presencial (20 Horas)

1. Lección magistral participativa. 12 horas
2. Estudio de casos prácticos. 2 horas
3. Evaluación. 2 horas
4. Taller con trabajo cooperativo en grupos reducidos (4 horas)
5. Acción tutorial

Trabajo autónomo 30 horas

1. Trabajos individuales (12 horas)
2. Estudio Teórico y práctico (8 horas).
3. Trabajo virtual y en red (10 horas)
 - a. Participación en el aula virtual
 - b. Investigación
 - c. Visionado, audición y lectura de material multimedia

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
20 horas	30 horas

COMPETENCIAS

Ser un hombre culto a través del conocimiento de la realidad social

Desarrollar su creatividad a través del conocimiento de las opciones que la realidad les plantea.

Ser capaz de diseñar estrategia de comunicación

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Adquirir un pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico para ser capaz de comprender y expresar la realidad del mundo de la comunicación social y del hombre que comunica a un público interno a su organización, o externo a través de los medios de comunicación

2. Conocer e interpretar la realidad social. Identificar los principales acontecimientos del mundo actual y de España adquiriendo un conocimiento de la realidad sociocultural y económica.

1. 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.

1. Desarrollar la capacidad para ejercer como portavoz de una institución o relacionarse correctamente con los responsables de ejecutar la estrategia de comunicación institucional o dirección de comunicación de una organización

2. 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.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Para ser calificado mediante el sistema de evaluación continuada, el alumno deberá cumplir una serie de indicaciones:

- 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.

- Hacer el examen teórico/práctico que se realizará en la última hora y media de la última sesión.

Quienes no superen esa evaluación tendrán que hacer la prueba y/o un trabajo final presentado el día designado para superar la convocatoria extraordinaria con los requisitos e indicaciones que los profesores le expliquen en clase.

El profesor que impartirá por espacio de 8 horas el taller de Oratorio 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.

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.