



Teoría de la
Comunicación /
Theory of
Communication
**Grado en Relaciones
Internacionales**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE/ SYLLABUS

Asignatura: Teoría de la Comunicación/ Theory of communication

Titulación: Grado en Relaciones Internacionales

Carácter: Básico

Idioma: Español/ inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Cuerpo Docente: Dra. Dña. María Josefa Establés Heras / Dra. Dña. Cristina Ruiz-Poveda Vera

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE/ SKILLS AND LEARNING OUTCOMES

1.1. Competencias/ Skills

Competencias Generales/ General Skills

CG 1 Desarrollar habilidades para el aprendizaje autónomo en el ámbito de las Relaciones Internacionales.

CG 2 Buscar, organizar, sintetizar, analizar e interpretar información de interés para la formación del internacionalista procedente de fuentes diversas, de forma sistemática, utilizando los distintos soportes (escritos, orales, audiovisuales y digitales).

CG 3 Aplicar los conocimientos teóricos obtenidos en las diferentes materias al análisis y solución de situaciones prácticas de carácter internacional.

CG 4 Exponer argumentaciones en público de manera ordenada y comprensible, desde diferentes perspectivas y siendo capaz de adaptarlas a la composición del auditorio.

CG 5 Comunicarse correctamente de manera oral y escrita en lengua nativa

CG 6 Comunicarse de manera oral y escrita en lenguas extranjeras prioritariamente en inglés (los alumnos deben alcanzar el nivel B2 según MCER)

CG 8 Aplicar eficientemente las tecnologías de la información y de la comunicación (TICS)

CG 10 Valorar y respetar la diversidad cultural.

CG 13 Aplicar habilidades de organización y trabajo en equipo, especialmente en equipos multinacionales

1.2. Competencias específicas/ Specific Skills

CE 13 Identificar los elementos que integran el sistema de información internacional y comprender el papel de los medios de comunicación en la creación de la opinión pública internacional.

1.3. Resultados de aprendizaje/ Learning Outcomes

Ser capaz de realizar trabajos de profundización y síntesis a partir de búsqueda en las fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito de las Ciencias Sociales. Demostración de conocimientos, habilidades y competencias a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria.

2. CONTENIDOS/ CONTENTS

2.1 Requisitos previous/ Previous Requirements

Ninguno.

2.2 Descripción de los contenidos/ Description of the contents

Descripción de los contenidos

Estudio de los procesos comunicativos, de los elementos que los constituyen y las estructuras en las que se integran. En definitiva, se trata de abordar la comunicación como un objeto de estudio dentro de las Ciencias Sociales en general y en el ámbito de los medios de comunicación social en particular.

Description of the contents

Study of the communication processes, their constituting elements and their integrating structures. In essence, it addresses communication as a study subject within the Social Sciences, in general, and especially, in the field of social media.

2.3 Contenido detallado/ Detailed content of the course

EL TEMARIO DE LA ASIGNATURA EN ESPAÑOL:

Presentación de la Asignatura.

Explicación de la Guía Docente

Módulo 1: Sobre el sentido de estudiar Teoría de la Comunicación.

- Conceptos básicos de la asignatura.
- Significado y utilidad de los términos "teoría", "comunicación" y "texto".
- La importancia histórica de la comunicación: Comunicación, medios y cultura de masas.
- Revisión de las principales teorías de la comunicación de masas y su conexión con los paradigmas dominantes.

Módulo 2: Fundamentos de la comunicación y formas de comunicación.

- Comunicación humana e interacción comunicativa.
- El proceso comunicativo y los elementos que lo integran.
- La escucha como clave de la comunicación. La importancia de la empatía para una escucha activa.
- Comunicación verbal y no verbal.
- Diferentes formas de comunicación: interpersonal, grupal, organizacional, intercultural...

Módulo 3: Comunicación y persuasión

- Conceptos y presupuestos de la persuasión.
- Oratoria, retórica, argumentación.
- Estrategias para una retórica efectiva.
- Hablar en público.

Módulo 4: La comunicación en la sociedad digital

- De la comunicación de masas a la comunicación en red: un cambio de paradigma.
- Ecosistema mediático contemporáneo. Comunicación, control, ciudadanía, redes sociales y tecnologías digitales.
- Comunicación transmedia y cultura colaborativa.

CONTENTS OF THE SUBJECT IN ENGLISH:

Presentation of the subject

Explanation of the Syllabus

Module I. THE IMPORTANCE OF COMMUNICATION THEORY

- Basic concepts of the course.
- Basic concepts: What is “theory”? What is “communication”? What is a “text”?
- Communication throughout history: communication and society, media, and mass culture
- Brief history of communication theory
- Main mass communication theories in context

Module 2. THE COMMUNICATION PROCESS

- Basic elements of the communication process
- Interpersonal communication and interactions
- Interpersonal communication mediated through digital technology.
- Conscious communication, active listening, and empathy
- Non-verbal communication and body language

Module 3. PERSUASION AND RHETORIC

- The elements of persuasion and the rhetorical context
- Types of arguments
- Strategies and resources for effective rhetoric
- Public speaking
- Gender and communication
- Intercultural communication

Module 4. COMMUNICATION IN OUR CONTEXT

- Mass-communication
- Communication, citizenship, and power
- Media ecology
- A new paradigm: network communication
- Social media
- Collaborative culture and transmedia communication
- Surveillance and communication.

2.4 Actividades Dirigidas/ Assignments

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Las actividades académicas dirigidas, que supondrán un 25% de la evaluación final, consistirán en:

- Actividad Dirigida 1 (AAD1): *Ensayo sobre “Apocalípticos e Integrados”*

Modalidad: Individual

Valor: 15% de la nota de actividades académicas dirigidas

Descripción: Investigar sobre los principales argumentos que justifiquen sendas posiciones y hacer un ensayo de tres páginas máximo con los principales argumentos de unos y otros. Reflexionar sobre esta polémica en el contexto de la comunicación digital y argumentar sobre la forma de superar este enfrentamiento estructural. La actividad se evaluará tanto a través de una rúbrica por pares como por la docente.

- Actividad Dirigida 2 (AAD2): *Vídeo sobre el valor de la empatía en la comunicación*

Modalidad: Grupal (3-5 personas)

Valor: 25% de la nota de actividades académicas dirigidas

Descripción: Los alumnos realizarán un video de aproximadamente 3 minutos de duración máxima que exprese la importancia de la empatía para una buena comunicación. Además, deberán entregar una breve memoria asociada que analice el vídeo realizado. Los vídeos se presentarán en clase y se evaluarán de forma colectiva.

- Actividad Dirigida 3 (AAD3): *Persuasión y memes.*

Modalidad: Grupal (3-5 personas)

Valor: 30% de la nota de actividades académicas dirigidas

Descripción: Se realizará una campaña persuasiva a través de tres memes con el objetivo de mostrar un tema que no haya tenido mucha repercusión en la opinión pública o en los medios de comunicación. Los memes se pueden inventar o hacer remix de memes existentes. La presentación se hará en clase. Las presentaciones se valorarán de forma colectiva.

- Actividad Dirigida 4 (AAD4): *Etnografía mediática.*

Modalidad: Por parejas

Valor: 30% de la nota de actividades académicas dirigidas

Descripción: Esta actividad consiste en que cada alumno tendrá que hacer 2 entrevistas: una, a una persona mayor de 55 años y otra, a una persona adolescente/joven entre 14-18 años, con el objetivo de conocer cómo han cambiado la historia de la comunicación y el consumo de medios en las últimas décadas. Las entrevistas serán grabadas para su posterior transcripción y análisis. Los estudiantes por parejas elaborarán un breve estudio etnográfico dando cuenta de los resultados obtenidos en esta investigación.

Todos los trabajos se enviarán a través del campus virtual en las fechas previstas.

2.5 Actividades formativas/ Formative Activities

Las actividades formativas desarrolladas en cada una de las asignaturas en la modalidad presencial del Grado, así como la metodología de aprendizaje asociada, puede desglosarse de la siguiente manera:

Clases teóricas/ Contenido teórico: sesiones presenciales en las que se utiliza la metodología de la lección magistral. El profesorado expone y explica con apoyos, en su caso, de las herramientas informáticas adecuadas para la explicación de los contenidos de cada tema, promoviendo la participación activa del alumnado. Competencias genéricas que se adquieren: capacidad para analizar y sintetizar, capacidad para buscar, organizar, resumir, analizar e interpretar información. Competencias específicas que se adquieren: Manejar las principales fuentes de datos macroeconómicos para analizar la coyuntura internacional. Ser capaz de analizar las políticas económicas mundiales realizadas por los organismos económicos internacionales. Identificar y comprender los principales flujos económicos que se desarrollan en la estructura económica nacional e internacional. Ser capaz de detectar tendencias emergentes y cambios en la sociedad y el entorno

Trabajo personal y en grupo/Trabajo individual del alumno estudio, elaboración de presentaciones y trabajos escritos, lectura de textos y reseñas de artículos sobre la materia, trabajos en equipo, etc. Competencias: capacidad para analizar y sintetizar, capacidad para desarrollar habilidades de aprendizaje autónomo, capacidad para buscar, organizar, resumir, analizar e interpretar información. Capacidad para potenciar la creatividad, iniciativa y liderazgo, aplicar habilidades de organización y trabajo en

equipo.

Prácticas/Presentaciones orales Simulación de situaciones, estudio de casos reales, presentación y exposición de los trabajos por parte de los alumnos, individualmente y en grupo, de los trabajos realizados de manera que se impulse el análisis crítico en la clase. Competencias que se adquieren: capacidad para exponer argumentaciones en público de manera ordenada y comprensible y desde diferentes perspectivas, capacidad para comunicarse correctamente de manera oral y escrita en lengua nativa, capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la práctica.

Tutorías Seguimiento personalizado del trabajo del alumno. Resolución de dudas y problemas de la materia, así como seguimiento de los trabajos en equipo.

Participación en foros y debates/ Actividades a través de recursos virtuales (foros, chats, debates, etc....) Se alentará la participación de los alumnos en actividades, conferencias, jornadas y otro tipo de foros que complementen su formación no sólo presenciales sino también, en algún caso, virtuales.

Exámenes las pruebas escritas forman parte de las actividades formativas ya que el alumno debe desarrollar competencias de análisis y síntesis de los conocimientos adquiridos, capacidad para transmitir los conocimientos utilizando los conceptos y la terminología de la materia manera adecuada.

Los ECTS correspondientes a cada una de las actividades formativas están especificados en cada una de las fichas de las materias que componen el grado.

Modalidad presencial:

Tipo de actividad	6 ECTS - 150 Horas- 50 % presencialidad
Clases teóricas	42 horas – 100% presencialidad
Tutorías	15 horas – 80% presencialidad
Prácticas	27,5 horas – 33% presencialidad
Trabajo personal	50 horas – 0% presencialidad
Participación en foros y debates	9 horas – 50% presencialidad
Examen	7,5 horas – 100% presencialidad

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN/ EVALUATION SYSTEM

3.1 Sistema de calificaciones/Grading System

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación/ Evaluation Criteria

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Prueba parcial	15%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	40%
Prueba final presencial	60%

3.3 Restricciones/ Restrictions

Calificación mínima/ Minimal Grade

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia/Attendance

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura/ Writing Conventions.

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio/ Plagiarism

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA/ BIBLIOGRAPHY

Bibliografía básica

Ballenato Prieto, G. (2009). *Comunicación eficaz*. Teoría y práctica de la comunicación humana. Madrid: Pirámide.

- García-Jiménez, L. (2019). *En defensa de la comunicación*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación. Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
- Schnaider, R. y otros. (2004). *Comunicación para principiantes*. Buenos Aires: Era Naciente. <http://www.uv.mx/personal/paguirre/files/2011/03/Schnaider-Romina-Comunicacion-para-Principiantes-CV1.pdf>

Bibliografía complementaria

- Alberto Pérez, R y Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia. El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Barcelona: Ariel.
- Castells, M., (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial https://holismoplanetario.files.wordpress.com/2012/09/comunicacion_y_poder_de_manuel_castells.pdf
- De Moragas, M. (2000). *Internet y comunicación. Primeras etapas 1995-2000*. Portal de la Comunicación http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/2_esp.pdf
- Fernández Collado, C. y Galguera García, L., (2008). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. Madrid: McGraw-Hill.
- García Avilés, J. A. (2015). *Comunicar en la sociedad red: teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: UOC
- Irigaray, F. y Lovato, A. (eds.) (2014) *Hacia una Comunicación Transmedia*. Rosario: UNR Editora <http://www.widbook.com/ebook/read/hacia-una-comunicacion-transmedia>.
- Martín Algarra, M. (2010). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Martín Serrano, M. (2010). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw Hill.
- Martín Serrano, M. (2019). Cuándo y cómo se hizo científica la Teoría de la Comunicación. *Comunicación y Sociedad*, e7477. doi: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7477>
- McLuhan, M. y Powers, B. R. (1996). *La aldea global*. Buenos Aires: Gedisa.
- Noguera Vivo, J.M. (2018) *Generación efímera. La comunicación de las Redes Sociales en la era de los medios líquidos*. Salamanca: Comunicación Social

- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación. Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.
- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología evolución, tecnología*. Editorial Gedisa.
- Krippendorff, K. (1997). *Principales metáforas de la comunicación y algunas reflexiones constructivistas acerca de su utilización*. In M. Pakman (Ed.), *Construcciones de la experiencia humana II* (pp.107-146). Barcelona, Spain: Gedisa Editorial. Retrieved from http://repository.upenn.edu/asc_papers/333. En español en línea: http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1342&context=asc_papers
- Van der Hofstadt C.J. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación: Cómo mejorar la comunicación personal*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos
- Watzlawick, P. y otros, (1995). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.
- West, R. y Turner L. H. (2005). *Teoría de la comunicación: análisis y aplicación*. Madrid: McGraw-Hill.

Otros recursos

Centro de Investigaciones Sociológicas, C.I.S.:
<http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html>

INJUVE (2005): Informe de la juventud en España 2004, parte 4: "Valores, participación y uso de tecnologías, descargable en:
http://www.injuve.es/sites/default/files/IJE2004_Parte4.pdf

Instituto Nacional de Estadística, I.N.E.: <http://www.ine.es>

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente:
<http://www.magrama.gob.es/es/>

USC (Comportamiento del Consumidor):
<http://translate.google.es/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.consumerpsychologist.com/>

Working Knowledge (Artículos sobre comportamiento del consumidor):
<http://translate.google.es/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://hbswk.hbs.edu/topics/consumerbehavior.html>

Journal of Consumer Research: <http://ejcr.org/>

Blog de Carlos A. Scolari "Hipermediaciones": <https://hipermediaciones.com/>