



Teoría de la
Comunicación/
Theory of
communication
Grado en Periodismo
2018-19



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Teoría de la Comunicación / Theory of communication

Titulación: Grado en Periodismo

Curso Académico: 2018-19

Carácter: Básico

Idioma: Castellano/inglés

Modalidad: **Presencial**, Semipresencial y a distancia

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Antonio Vaquerizo Mariscal / Dra. Dña. Bárbara Yuste

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias básicas

- 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 la 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
- Conocer y comprender los conceptos básicos del ámbito de la Comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española (elección de la asignatura en castellano).
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa. Al menos se deberá demostrar la obtención del nivel B2 (elección de la asignatura en inglés).
- Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

a. Resultados de aprendizaje

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.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve 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.

Study of the communication processes, their constituting elements and their integrating structures. Definitely, 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

Contenido para la impartición en castellano

La asignatura consta de cuatro módulos, con un total de catorce temas. Habrá una presentación de la asignatura, el primer día de clase, donde se explicarán los objetivos, metodología y sistemas de evaluación. Además, se procederá a unas lecturas breves de apoyo y a un debate sobre las expectativas que genera la asignatura.

- **Módulo 1: Sobre el sentido de estudiar Teoría de la Comunicación**
 - Tema 1. Aclarando conceptos: Significado y utilidad de los términos "teoría y comunicación"
 - Tema 2. La importancia histórica de la comunicación: comunicación, medios y cultura de masas.
 - En este módulo se realizará la primera actividad: "Medios de Comunicación de Masas: Cine, Radio y Televisión."

- **Módulo 2. Bases de la Comunicación**
 - Tema 3. El proceso comunicativo y los elementos que lo integran. Durante esta sesión se visionará la escena de la bandera de la película *Tiempos modernos*, de Charles Chaplin. Se analizará la escena.
 - Tema 4. Comunicación humana e interacción comunicativa. Apoyado en diferentes vídeos ilustrativos del tema.
 - Tema 5. La escucha activa y la empatía.
 - Tema 6. Comunicación verbal.
 - Tema 7. Comunicación no verbal.
En este módulo se realizará la segunda actividad: Video sobre la buena/mala escucha. El trabajo tendrá que ser expuesto en clase.

*TRAS ESTOS MÓDULOS SE REALIZARÁ EL EXAMEN PARCIAL: 25 DE OCTUBRE

- **Módulo 3. Comunicación persuasiva**
 - Tema 8. Conceptos y presupuestos de la persuasión: Oratoria y retórica
 - Tema 9. Estrategias para una retórica efectiva.
 - Visionado de algunas escenas de la película *Gracias por fumar* en clase; serán analizadas por los alumnos. La actividad 3 girará alrededor de la película.

- **Módulo 4. Formas de comunicación**
 - Tema 10. La comunicación interpersonal. Durante la clase se podrá ver el vídeo de Dani Montes *Yo tb tq*. Posteriormente habrá un debate sobre el tema tratado en el vídeo.
 - Tema 11. Comunicación intercultural.
 - Tema 12. Comunicación pública. Visionado del discurso de Steve Jobs en la Universidad de Stanford. Análisis del discurso.
La actividad 4. Es un trabajo sobre este discurso de Steve Jobs. Asimismo, los alumnos tendrán que hacer un discurso de temática libre, aunque se aconseja que tenga que ver con la asignatura, que será leído en clase.
 - Tema 13. Comunicación corporativa. Los alumnos formarán grupos y harán un trabajo en clase sobre el papel que debe tener el director de Comunicación (DIRCOM). Tendrán que asumir su rol y crear una empresa.
 - Tema 14 Comunicación colaborativa.

*CON ESTE TEMA FINALIZA EL CUARTO MÓDULO Y LA ASIGNATURA. En los dos últimos días lectivos se leerán los discursos en clase y se repasarán los temas impartidos.

EXAMEN ORDINARIO: Del 8 al 18 de enero de 2019.

Contenido para la impartición en inglés

Presentation of the subject. Main goals, interests and expectations.

- **MODULE I. INTRODUCTION TO COMMUNICATION THEORY**
 - The importance of Communication Theory and its field of study
 - Concept of communication
 - What is a theory?
 - The fields of application of communication theory
 - The functions of communication
 - Communication components and models
 - Laswell Formula / Model
 - Shannon and Weaver Model
 - Osgood-Schramm's Model

- **MODULE II. INTERPERSONAL, GROUP AND PUBLIC COMMUNICATION**
 - Perspectives of interpersonal communication
 - CMM Theory
 - Uncertainty Reduction Theory
 - Paul Watzlawick and the Palo Alto Model
 - How to persuade. What is persuasion?
 - Advertising versus Journalism

- Elaboration Likelihood Model
- Cognitive Dissonance Theory
- Perspectives of group and public communication
- Making Theory
- Dramatism Theory
- Tips for a good communicator

- **MODULE III. MASS COMMUNICATION**
 - Perspectives of Mass Communication
 - Media Ecology and Media Analysis
 - Agenda-Setting Theory
 - Cultural Studies and Cultivation Theory

- **MODULE IV. ORGANIZATIONAL COMMUNICATION**
 - How to prepare a strategic communication plan. Main elements
 - Strategic and crisis communication
 - Mistakes in organizational communication
 - Target audiences, communication goals and strategies
 - Tactics, budget and evaluation

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos; también otras de objetivos o naturaleza similares.

Actividades Dirigidas para la impartición en castellano

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

- **AAD1: Medios de Comunicación de Masas: Cine, Radio y Televisión**
 - Modalidad: Individual
 - Valor: 15% de la nota de actividades académicas dirigidas
 - Descripción:
 - La actividad se desarrollará sobre los medios de comunicación de masas y su incidencia en la cultura y la sociedad.
 - El alumno tendrá que elegir para el trabajo entre cine, radio y televisión y profundizar en uno de estos medios.
 - Se trata de redactar un breve documento de entre 4-6 páginas, sin contar portada, índice y referencias bibliográficas.

- **AAD2: Video sobre la buena/mala escucha**
 - Modalidad: Grupal (3-5 personas)
 - Valor: 30% de la nota de actividades académicas dirigidas
 - Descripción: Los alumnos realizarán un video de 3 minutos de duración máxima en el que grabarán una situación comunicativa que refleje comparativamente una buena y una mala escucha activa. El video se presentará en clase y se evaluará de forma colectiva. Esta actividad conlleva 3 tareas:

- A. Hacer un breve guion de la historia que se quiere contar en el vídeo.
 - B. Realización del vídeo.
 - C. Análisis de las dos situaciones planteadas argumentando las razones de una buena-mala escucha.
- **AAD3: Sobre la persuasión**
 - Modalidad: Grupal (3-5 personas)
 - Valor: 25% de la nota de actividades académicas dirigidas
 - Descripción: A partir del visionado completo de la película *Gracias por fumar*, elegir una escena sobre la que aplicar los pilares y las estrategias de persuasión que se ponen en juego.
 - **AAD4: Análisis del Discurso Steve Jobs**
 - Modalidad: Individual
 - Valor: 30% de la nota de actividades académicas dirigidas
 - Descripción: A partir del visionado del famoso discurso de Steve Jobs en la Universidad de Stanford, analizar cada una de las fases que hay que tener en cuenta a la hora de hablar en público y profundizar en la estructura del discurso en sí.

Todos los trabajos se entregarán en mano al profesor y se enviarán a través del campus virtual en las fechas previstas.

Actividades Dirigidas para la impartición en inglés

- **Activity 1 (A1): *The 5 W's of Journalism*.** The goal of this activity is to apply the Lasswell Model to an article about a current topic. Individual work. 2%
- **Activity 2 (A2): *How to build a persuasive discourse*.** Application of the technics of persuasion to a text. Individual work. 3%
- **Activity 3 (A3): *Application of communication theories to an international organism*.** The different groups will have to apply those theories to the reality and target audiences of the international organism as a preview phase for the activity 4. This activity will be presented and debated in class. Work in groups (3-5 people). 10%
- **Activity 4 (A4): *Strategic communication plan*.** The students will have to prepare a strategic communication plan for an international organism according to the phases and aspects that will be explained. Work in groups (3-5 people). 10%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

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

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%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
Actividades académicas dirigidas	45%
Prueba final presencial	40%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: **Presencial**

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	65%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	60%

3.3 Restricciones

Calificación mínima.

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.

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.

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

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

Para la impartición en castellano

Bibliografía básica

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

- 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/comunicacion3b3n_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
- 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.
- McLuhan, M. y Powers, B. R. (1996). *La aldea global*. Buenos Aires: Gedisa.

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, disponible 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/>
- Sorkin, A. (2013) Serie TV 'TheNewsroom'. Temporada 1.

Para la impartición en inglés

Bibliografía básica

- Anderson, R., & Ross, V. (2002). Questions of communication: a practical introduction to theory. Boston: Bedfordd-St. Martin's.
- Asociación de Directivos de Comunicación. (2013). Manual de la Comunicación. Madrid: DIRCOM.
- Griffin, E. A., & McClish, G. A. (2015). A first look at communication theory. Boston: McGraw-Hill.
- West, R. y Turner L. H. (2005) Teoría de la comunicación: análisis y aplicación. Madrid: McGraw-Hill.

Bibliografía recomendada

- Argyle, M. (1988). Bodily Communication. New York: Methuen.
- Arroyo, L. & Yus, M. (2008). Los cien errores de la comunicación de las organizaciones. Madrid: Esic.
- Binder, J. (2012). Global Project Management: Communication, Collaboration and Management Across Borders. Gower Publishing.
- Dance, F. E. (1970). The "concept" of communication. Journal of Communication, 20(2), 201-210.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1969). The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage, and coding. Semiotica, 1(1), 49-98.
- Fiske, J. (2010). Introduction to communication studies. London & New York: Routledge.
- Fortner, R.S & Fackler, P.M. (2014). The Handbook of Media and Mass Communication Theory. Chichester, England: Wiley
- Newcomb, T. M. (1953). An approach to the study of communicative acts. Psychological review, 60(6), 393.
- Pearce, W. B. (2009). Communication and social construction: Claiming our birthright. Socially constructing communication, 33-56.

Otros recursos

- CMM Institute for Personal and Social Evolution: <http://www.cmminstitute.net>
- Daniel Chandler, Semiotics for Beginners: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/sem02.html>
- John T. Cacioppo Website: <http://www.johncacioppo.com>
- Kenneth Burke Society and Journal: <http://www.kbjournal.org/>
- Resource website for A First Look at Communication Theory: <http://www.afirstlook.com/book>
- Theories for Communication: <http://communicationtheory.org>

5. DATOS DE LOS PROFESORES

Para la impartición en castellano

Nombre y Apellidos	Antonio Vaquerizo Mariscal
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctor en Ciencias de la Información
Correo electrónico	avaquerizo@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail. El horario de tutoría será, preferiblemente, al finalizar las sesiones docentes
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctor en Ciencias de la Información (departamento de Historia de la Comunicación Social) y Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. El título de la tesis doctoral es "La Iglesia en el Madrid en Guerra. Información y Propaganda (1936-1939)".</p> <p>Periodista con más de 32 años de experiencia en medios de comunicación como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Antena 3 TV (1990-2003) - Telermadrid (2004-2013) - Intereconomía (2013-2014) - Movistar Plus (2015-2016) <p>Medios en los que ha desarrollado las tareas de redactor de política (cronista parlamentario), economía (información bursátil), redactor, presentador y narrador de deportes, editor del informativo matutino en Antena 3TV. Y autor de multitud de reportajes de temática variada.</p> <p>En 1994 le fue concedido, junto a Carlos de la Calle, el premio "Don Quijote" de periodismo por el reportaje "Ruta nocturna por Toledo" emitido en el informativo de la noche de Antena 3 TV dirigido por José María Carrascal. El premio lo recibió de manos del presidente de Castilla La Mancha, José Bono.</p> <p>Asimismo ha sido redactor jefe, en 2015, de una aplicación de móviles de deportes (Sport Review), y colaborador de programas sobre seguridad vial, donde realizó varios reportajes sobre el tema, en 2017 y 2018.</p> <p>A nivel docente es especialista en Historia del Periodismo y en las teorías de la comunicación aplicadas al ámbito periodístico. Ha sido profesor de Historia del Periodismo en la Universidad INTE y desde el año 2016 es profesor de Teoría de la Comunicación en la Universidad Antonio de Nebrija. Durante estos años ha formado parte de varios Tribunales de Fin de Grado y en estos momentos lleva la tutoría de un Trabajo de Fin de Grado.</p>

Para la impartición en inglés

Nombre y Apellidos	Bárbara Yuste
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Ciencias de la Información
Correo electrónico	byuste@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Es especialista en periodismo y comunicación digital, dos áreas en las que ha venido trabajando desde hace años tanto desde el ámbito profesional como académico.</p> <p>Participa en varios masters relacionados con sus dos especialidades. Además, imparte cursos, seminarios y conferencias también vinculadas a estas dos temáticas.</p> <p>A lo largo de su carrera, ha compatibilizado su labor docente con el ejercicio profesional tanto desde el lado del periodismo como de la comunicación. En el ámbito periodístico, ha desarrollado su carrera en el periódico ABC, donde en su última etapa tuvo la oportunidad de lanzar una sección nueva para la edición digital como Medios y Redes. En el sector comunicativo, ha desempeñado tareas como responsable de comunicación en empresas e instituciones. Actualmente, es Directora de Comunicación de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) y consultora de comunicación.</p>