Taller de creación de discursos públicos/ Public speech creation workshop

Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos 2026-27

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Taller de creación de discursos públicos/ Public speech creation workshop

Titulación: Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos

Curso Académico. 2026-27

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español / Inglés

Modalidad. Presencial / virtual

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dña. María del Carmen Rodrigo Rodríguez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

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.

Competencias generales:

- Evaluar, tomar decisiones y planificar acciones relacionadas con el ámbito de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito.
- Recopilar, saber discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del análisis y la síntesis.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad e innovación.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.

- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Lenguas modernas y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.
- Liderar eficazmente proyectos comunicativos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Demostrar la capacidad de adaptación en entornos cambiantes, especialmente en el ejercicio de la organización de eventos.

Competencias optativas:

- Comprensión de las estrategias de creación de imagen pública a través de la inversión en acciones sociales de diferente índole.
- Manejo de las estructuras narrativas orientadas a la elaboración de discursos públicos influyentes.

Resultados de aprendizaje

Aplicar los conceptos y conocimientos fundamentales y básicos de las diferentes especializaciones profesiones en el campo de la comunicación corporativa como iniciación al ámbito de la dirección de comunicación y la consultoría de comunicación institucional y empresarial, el protocolo empresarial, social o institucional y la organización de eventos de todo tipo.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Estudio de los tipos de discurso público, de los elementos que lo conforman y de su estructura. Taller de creación de discursos donde se trabaja desde el inicio en el desarrollo de los diferentes tipos de discursos hasta su pronunciación final.

2.3 Contenido detallado

1. La construcción del discurso
- 1.1. La textura y el contexto discursivos.
- 1.2. Las personas del discurso.
- 1.3. Finalidades, contenidos e interpretación.
- 1.4. Modos de organización textual.
- 1.5. Las figuras retóricas.
- **1.6. Práctica: análisis de un discurso. Elementos, mensaje y estructura.**
- **1.7. IA en el discurso: preguntas y respuestas. Ética y responsabilidad.**

2. El discurso escrito
- 2.1. Prácticas discursivas escritas.
- 2.2. Rasgos de la situación de enunciación.
- 2.3. La adquisición de competencia escrita.
- 2.4. El proceso de escritura.
- 2.5. Elementos no verbales de la escritura.
- 2.6. Características del discurso escrito.
- **2.7. Práctica: elaboración de un discurso.**

3. El discurso oral
- 3.1. Prácticas discursivas orales.
- 3.2. El control del miedo escénico.
- 3.3. Claves para ser un buen orador.
- 3.4. Funciones, estructura y tipos de discursos.
- 3.5. Elementos no verbales y paraverbales de la oralidad.
- 3.6. Errores del discurso.
- 3.7. Ejercicios físicos, vocales y respiratorios.
- **3.8. Práctica: pronunciación de un discurso. Escucha y audiencia.**

2.4. Actividades Dirigidas

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

- **Actividad Dirigida (AD):** Actividad en grupos de 4 personas. El equipo analizará los principales mensajes de un orador reconocido a través de lo que de él aparece en IA. Comparando mensajes con algún medio tradicional (prensa) y analizando los resultados.Se trata de construir un camino para valorar las rutas de la información, y la capacidad para saber enfocar los resultados. A lo largo del cuatrimestre expondrán los trabajos mediante un discurso público de todos los integrantes de cada equipo.

- **Actividad Dirigida (AD):** Actividad en grupos de 4 personas. Cada equipo se repartirá en dos grupos, con el objetivo de analizar cada uno 2 redes sociales de un político/ profesional relevante. Se trata de poner en valor los diferentes canales de comunicación del discurso y la coherencia de mensajes. Así como las diferentes sinergias entre las distintas herramientas de comunicación actuales. A lo largo del cuatrimestre se expondrán los resultados por parte de los 4 miembros de cada equipo.

Estas actividades supondrá el 100% de la nota de actividades dirigidas.

2.5. Actividades formativas:

Modalidad presencial:

- Clases de teoría y práctica: 30% (45h)
- Trabajo personal del alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)
- Evaluación: 10% (15h)

Modalidad a distancia:

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

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

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE2	Prueba parcial	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	50%

Modalidad: A distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE9	Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	45%
SE4	Prueba final presencial	40%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	30%
SE4	Prueba final presencial	70%

Modalidad: A distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	40%
SE4	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. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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.

3.5. Uso de la IA

La adopción de herramientas de IA debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa que lo precise, si se contempla el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.

- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación y evaluación dictados por el profesor en cada actividad.

La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Calsamiglia, H. y Tusón A. (2012). Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. 3ª edición. Barcelona: Editorial Ariel

Castro, M y López, L. (2010). Técnicas para hablar en público. Guía para una comunicación eficaz. Madrid: Ediciones Protocolo.

López, R., Gordillo, F. y Grau, M. (2016). Comportamiento no verbal. Más allá de la comunicación y el lenguaje. Madrid: Ediciones Pirámide.

Bibliografía recomendada

Azaustre, A. y Casas, J. (2015). Manual de retórica española. Barcelona: Editorial Ariel.

Bassat, L. (2020). Sueña como Luther King, habla como Obama, manda sin mandar y sé tu mismo. Barcelona: Plataforma Editorial.

Detz, J. (2015). Cómo escribir y pronunciar un discurso. Barcelona: Alba Editorial.

Martín, J.L. (2019). Tú habla que yo te leo. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.

Merayo. A. (2012). Curso práctico de técnicas de comunicación oral. Madrid: Editorial Tecnos.

Moncayo, M. (2019). Media Training. Guía para hablar frente a una cámara de video. Salamanca: Editorial Amarante.

Lozano J, Peña- Marin, C,Abril.G (1989) Análisis del Discurso. Hacia una semiótica de la Interacción textual. Editorial Cátedra.

Campo Vidal. M (2018) Eres lo que comunicas. Editorial RBA

Lesaca, J (2019) Armas de destrucción masiva. Editorial Península.

Schopenhauer, A (1995) El arte de tener razón. Editorial Alianza

Nabokov, V (2016) Curso de literatura europea. Ediciones B.

Demóstenes, (1967) Antología de Discursos. Editorial Austral.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. María del Carmen Rodrigo Rodríguez.
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Lda. CC Información. Graduada CC Políticas.
Correo electrónico	mrodriro@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y proyectos profesionales de aplicación.	• . Licenciatura en Ciencias de la Información, Periodismo, Univ. Complutense de Madrid, junio 1993. • Graduada en Ciencias Políticas y Sociología, especialidad Administraciones Públicas. UNED, 1998. • Master en Gestión y Administración de Entidades no Lucrativas y Fundaciones. Facultad de C.C. Económicas y Empresariales. Univ. Autónoma de Madrid, 2003. • Certificado suficiencia investigadora. Dpto. Filología. CC de la Información Univ. Complutense de Madrid, 1996. Ex tesis: *"El periodista como personaje secundario en la novela española del XIX"* • C.A.P (Curso de Adaptación Pedagógica). Univ. Complutense de Madrid, junio 1996 • Aliter. Curso Superior de Talento y Liderazgo. Becada Fundación Rafael del Pino. 2014 **Directora Gabinete Área Delegada de Cultura, Turismo y Deportes del Ayuntamiento de Madrid** Junio 2023- actualidad **Jefa de Gabinete de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid.** Julio 2020 -junio 2023 **Consultora Comunicación y Relaciones Institucionales** **Fundadora Eme erre comunicación.** Abril 2015 – junio 2020 **Profesora Comunicación Corporativa. Escuela Europea de Negocios, 2016** **Profesora invitada Universidad Nebrija, 2018** **Vodafone España** 2008-2014 Directora de Relaciones Externas y Comunicación Corporativa 2004- 2008 Manager de Comunicación Externa 1998- 2004 Fundación Vodafone España. Directora de Difusión e Imagen Colaboradora medios comunicación: Cadena SER, MBF, La Brecha… **Publicaciones: Comunicar la innovación de la Empresa a los medios**. Fundación COTEC, 2004 Miembro de diversa asociaciones Directivos de Comunicación.