

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2019-2020

ASIGNATURA: Teoría de la Comunicación

PROFESOR(ES): Dña. Alicia Trelles Villanueva

CURSO: 1

TPO: BA

CÓDIGO: 019803650

CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2019

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 24/09/2019 13:15:51

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

En esta asignatura se pretende dar a conocer al alumno las principales teorías de la comunicación, y que el alumno sea capaz de identificar los fenómenos comunicativos que le rodean. Por otro lado, se le formará en la capacidad de crear mensajes mediáticos.

Prácticos

Dentro de esta asignatura se persigue que el alumno sea capaz de aplicar los conocimientos teóricos en su ejercicio profesional, y que como miembro de una audiencia desarrolle su capacidad crítica y de reflexión ante los mensajes que recibe.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Esta asignatura busca desarrollar en los alumnos las siguientes competencias:

Competencias generales: conocer y entender la historia de la Teoría de la Comunicación, relacionándolo con su contexto histórico, social y tecnológico. Situar el lugar que ocupan los estudios de la comunicación, entre los saberes científicos y las prácticas sociales. Proporcionar los fundamentos teóricos que son necesarios para el estudio de las materias específicas de las titulaciones comunicativas así como para el posterior desempeño de las actividades profesionales, unas y otras en rápido proceso de transformación.

Competencias transversales: capacidad crítica frente a los contenidos mediáticos, y aprovechamiento de la información tanto a nivel personal como profesional. Reflexionar los contenidos y saber exponer y desarrollar sus propias ideas.

Competencias específicas: Conocer y entender los distintos tipos de comunicación. Conocer y entender las principales manifestaciones de la Teoría de la comunicación, centrándose principalmente en la comunicación mediática. Comprender la importancia de los medios de comunicación a lo largo de su historia. Comprender los comportamientos y actitudes generales de la audiencia. Se pretende despertar en el alumno su capacidad de relacionar y aplicar en la práctica los conocimientos teóricos.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

INTRODUCCIÓN

Tema 1. Nacimiento y evolución de la teoría de la comunicación

Tema 2. Conceptos fundamentales

2.1- Definición de la comunicación

2.2- Contextos de la comunicación

Comunicación intrapersonal
Comunicación interpersonal
Comunicación en el grupo pequeño
Comunicación organizacional
Comunicación pública/retórica
Comunicación mediática
Comunicación intercultural

Tema 3. Teoría de la interacción simbólica

Tema 4. Modelos de investigación en comunicación.

Tema 5 Teoría de la Aguja hipodérmica.

Tema 6. Comunicación en la Sociedad.

6.1- Teoría Crítica

Tema 7. Los mensajes de los medios

7.1- Teoría de los estudios culturales

7.2- Teoría de la Agenda Setting

Tema 8. Las audiencias

8.1- Teoría de los usos y gratificaciones

8.2- Teoría de la espiral del silencio

Tema 9. Comunicación transmedia

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

- CARRERA, P.(2008). *Teoría de la Comunicación Mediática*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- WOLF, M.(1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona: Paidós.
- WOLF, M.(1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.
- Mc QUAIL, D.(1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona: Paidós.
- MARTIN ALGARRA, M.(2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- LUCAS MARÍN, A.(ed). (2009). *La nueva comunicación*. Madrid:Trotta.
- IGARTUA, J.J. y HUMANES, Mª L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- SANCHEZ NORIEGA, J.L. (2002). *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos.
- RODA FERNANDEZ, R. (1989). *Medios de comunicación de masas*. Madrid: CIS.
- ORIHUELA, J.L.(2015). *Los medios después de internet*. Barcelona: Editorial UOC.

- REDONDO, M. (2018). *Verificación digital para periodistas*. Barcelona: Editorial UOC.
- SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa.
- GARCÍA AVILÉS, J.A. (2015) *Comunicar en la sociedad red*. Barcelona: Editorial UOC.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

DINÁMICA DE LA ASIGNATURA:

Siguiendo el nuevo sistema de Bolonia, la asignatura Teoría de la Comunicación se distribuirá en distintas actividades formativas, entre las que se incluyen: las clases magistrales, las clases prácticas, las tutorías con el profesor y los trabajos individuales o en grupo de los alumnos. Las prácticas consisten en textos originales de los representantes de las diversas teorías que suelen completar y enriquecer el esquema de cada teoría que vemos en clase. Para esto es importante una actitud activa y responsable del alumno.

Los alumnos deberán leer un libro, del que se entregará una reseña en la fecha que se indique.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Examen final (70% de la nota final)

Prácticas de clase (20% de la nota final)

Lectura y trabajo de un libro o distintos textos facilitados por la profesora (10%)

Se evaluará también la actitud del alumno en el aula.

Condicionado a que cada parte esté aprobada por separado

Los alumnos en convocatoria extraordinaria (3ª convocatoria en adelante) serán evaluados 100% por el examen.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Presentaciones Powerpoint
Documentación Impresa
Videos
Apuntes