

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA. SEMIPRESENCIAL

Curso académico: 2013/14

Identificación y características de la asignatura				
Código	500342			Créditos ECTS 6
Denominación	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN			
Denominación en Inglés	THEORY OF COMMUNICATION AND INFORMATION			
Titulaciones	GRADO EN INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN			
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN			
Semestre	1º	CARÁCTER	FORMACIÓN BÁSICA	
Módulo	FORMACIÓN BÁSICA			
Materia	COMUNICACIÓN			
Profesor/es				
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web	
Ana Castillo Díaz	1.11	acasdia@alcazaba.unex.es		
Javier Trabadelo Robles	2.05	jtrarob@alcazaba.unex.es		
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad			
Departamento	Información y Comunicación			
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Ana Castillo Díaz			
Competencias				
<p>Competencias:</p> <p>Conocer, identificar y aplicar los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación y de la información.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saber analizar los métodos de investigación en comunicación. 2. Aprender a trabajar en Comunicación e Información con base científica y profesionalidad. <p>Competencias transversales:</p> <p>C22. Capacidad de organización y planificación del trabajo propio</p> <p>C23. Capacidad de trabajar en equipo y de integración en equipos multidisciplinares</p>				
Temas y contenidos				
Breve descripción del contenido				
<p>Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación. Se analizarán las Teorías de la Información y Comunicación, el sistema comunicativo y los actores que intervienen en él, así como la comunicación de masas y la comunicación en las organizaciones.</p>				
Temario de la asignatura				

Contenidos teóricos:

BLOQUE I.- INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN

TEMA 1: Introducción Conceptual (Prof. Ana Castillo)

- 1.1. Concepto de Comunicación y de Información
- 1.2. Teoría de la Comunicación
- 1.3. Procesos de la Comunicación
- 1.4. Procesos de la Información

TEMA 2. Modelos de comunicación (Prof. Ana Castillo)

- 2.1. El paradigma de Lasswell
- 2.2. La teoría matemática de la comunicación.
- 2.3. Modelo de Osgood y Schramm
- 2.4. Modelo simétrico de Newcomb
- 2.5. Modelo conceptual de Westley y Maclean
- 2.6. Modelo psicosocial de Maletzke
- 2.7. Modelo de Gebner
- 2.8. La espiral de Dance

BLOQUE II.- LA COMUNICACIÓN DE MASAS

TEMA 3: La comunicación de masas (Prof. Javier Trabadela)

- 3.1. Sociedad de Masas y Comunicación de Masas
- 3.2. Origen de la Sociedad de Masas
- 3.3. Cultura Superior o de Élite
- 3.4. Cultura de Masas
- 3.5. Mass Media: la Televisión

BLOQUE III.- LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN Y EL MENSAJE INFORMATIVO

TEMA 4: El Sistema Comunicativo. Actores que intervienen (Prof. Javier Trabadela)

TEMA 5: El Mensaje Informativo (Prof. Javier Trabadela)

- 5.1. Comunicación y Persuasión
- 5.2. Objetividad, Opinión y Censura.

TEMA 6: El Receptor y las Audiencias (Prof. Javier Trabadela)

- 6.1. Efectos en el Receptor de la Comunicación y la Información.
- 6.2. Las Audiencias y su influencia en los Medios

BLOQUE IV. LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

TEMA 7. Comunicación en las organizaciones (Prof. Ana Castillo)

- 7.1. Comunicación corporativa
- 7.2. Comunicación interna
- 7.3. Comunicación comercial

Contenidos prácticos:

Las actividades prácticas se irán proponiendo y especificando a lo largo del curso, según se vaya avanzando en los contenidos teóricos.

Actividades formativas y Metodología

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
Introducción conceptual	25	0.5	0.75	0.25	23.5
Modelos de comunicación	25	0.5	0.75	0.25	23.5
El sistema comunicativo	25	0.5	0.75	0.25	23.5
El mensaje informativo	25	0.5	0.75	0.25	23.5
El receptor y las audiencias	25	0.5	0.75	0.25	23.5
La comunicación en las organizaciones	25	0.5	0.75	0.25	23.5
Evaluación del conjunto	150	3	4,5	1,5	141

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Sistemas de evaluación

La evaluación de la asignatura será como sigue:

- 40% de la nota final: examen tipo test, presencial, al finalizar el temario y en la fecha oficial.
- 60% de la nota final: actividades prácticas propuestas a lo largo del cuatrimestre (no recuperables y cuya calificación se mantendrá en las convocatorias oficiales hasta Septiembre, no guardándose dichas actividades para el siguiente curso académico).
- Para aprobar la asignatura es necesario aprobar ambas partes por separado (examen y prácticas).

Bibliografía y otros recursos virtuales

BIBLIOGRAFÍA ELEMENTAL:

- Abril, G. (1997): Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos. Madrid, ed. Cátedra.
- Aladro, E. (1999): Teoría de la información y la comunicación efectiva. Madrid, Fragua.
- Aladro, E. (2004): Comunicación y retroalimentación. Madrid, Editorial Fragua.
- Carrera, P. (2008): Teoría de la comunicación mediática. Valencia, Tirant Lo Blanch.
- Carrillo, V. (2009): Comunicación integral y responsabilidad social en las organizaciones. México, Pearson.
- Herrero, J. C. (2009): Manual de la teoría de la información y de la comunicación. Madrid, Universitas D.L.
- Lalueza, F. (2006): "¿Constituye la comunicación persuasiva el paradigma comunicativo de la sociedad del conocimiento?". UOC Papers, número 3, p. 1-8.
- Larrañaga, J. (2008): "Análisis económico de la evolución de las audiencias de los medios tradicionales e impacto de internet en su consumo". Área abierta, número 21, p. 1-18.
- Mattelart, A. (1997): Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona, Paidós Comunicación.
- Saló, N. (2005): Aprender a comunicarse en las organizaciones. Barcelona, Paidós.
- Tuchman, G. (1998): "La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas". CIC: Cuadernos de información y comunicación, número 4, p. 199-218.
- Yanes, R. (2006): "Límites éticos del mensaje persuasivo de la comunicación Política". Zer: Revista de estudios de comunicación, número 20, p. 57-69.

Horario de tutorías

Tutorías Programadas:
Según el calendario y horario que se establezcan para cada grupo o alumno.

Tutorías de libre acceso:

El horario de tutorías de libre acceso se establecerá para cada semestre dentro de los plazos previstos por la Universidad y podrá ser consultado en la web de la Facultad.

Recomendaciones

Es recomendable ir leyendo y estudiando los temas para poder realizar las actividades de forma puntual, según la temporalidad especificada por los profesores.
Recordamos que las actividades prácticas deben entregarse en las fechas indicadas (no siendo recuperables). NO SE ADMITIRÁ NINGUNA PRÁCTICA FUERA DE PLAZO.