

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA. SEMIPRESENCIAL**
**Curso académico: 2015/16**

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 BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN			
Semestre	1º	CARÁCTER	FORMACIÓN BÁSICA	
Módulo	FORMACIÓN BÁSICA			
Materia	COMUNICACIÓN			
Profesor/es				
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web	
JAVIER TRABADELA ROBLES	2.05	<a href="mailto:jtrarob@alcazaba.unex.es">jtrarob@alcazaba.unex.es</a>	<a href="#">Campus virtual</a>	
Área de conocimiento	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD			
Departamento	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN			
Profesor coordinador (si hay más de uno)				
Competencias				
<p><b>Competencias Básicas:</b>            CB2. 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.</p> <p>CB3. 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.</p>				
<p><b>Competencias Transversales:</b>            CT6. Capacidad de trabajar en equipo y de integración en equipos multidisciplinares.</p>				
<p><b>Competencias Específicas:</b>            CE12. Capacidad para analizar, asesorar y formar a productores, usuarios y clientes de servicios de información, así como en los procesos de negociación y comunicación.</p>				
Temas y contenidos				
Breve descripción del contenido				
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.				
Temario de la asignatura				

**Contenidos teóricos:**

**BLOQUE I.- INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN**

**TEMA 1: Introducción Conceptual**

- 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**

- 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**

- 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**

**TEMA 5: El Mensaje Informativo**

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

**TEMA 6: El Receptor y las Audiencias**

- 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

- 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

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
<b>Evaluación del conjunto</b>	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.

#### Metodologías docentes

- Utilización de material docente en diferentes tipos y formatos.
- Aplicación práctica de los conocimientos teóricos a través de los laboratorios, talleres, etc.
- Análisis y resolución de problemas prácticos propuestos.

#### Resultados de aprendizaje

- Comprensión y trabajo con los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación.
- Aplicar el concepto de Información y de Comunicación Pública.

## 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 los largo del cuatrimestre (no recuperables y cuya calificación se mantendrá en las convocatorias oficiales hasta Julio, no guardándose dichas actividades para el siguiente curso académico).
- Para aprobar la asignatura es necesario aprobar ambas partes por separado (examen y prácticas).
- El seguimiento y evaluación del examen y las prácticas planteadas en la asignatura suponen aproximadamente unas 10 horas de trabajo para cada profesor.

## Bibliografía

### **Bibliografía Básica:**

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.

Mattelart, A. (1997): Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona, Paidós Comunicación.

Saló, N. (2005): Aprender a comunicarse en las organizaciones. Barcelona, Paidós.

**Bibliografía Complementaria:**

Abril, G. (1997): Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos. Madrid, ed. Cátedra.

Laluzza, 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.

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.

**Otros recursos y materiales docentes complementarios**

Los que se vayan suministrando para la realización de las prácticas relacionadas con los distintos contenidos teóricos.

**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.