

## PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2016-2017

<b>Identificación y características de la asignatura</b>			
Código	500342	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN		
Denominación (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
JAVIER TRABADELA ROBLES	1.10	<a href="mailto:jtrarob@unex.es">jtrarob@unex.es</a>	Campus virtual
Área de conocimiento	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD		
Departamento	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			
<b>Competencias*</b>			
<p><b>Objetivos generales:</b>            El objetivo de esta asignatura es que los alumnos tomen contacto con la Teoría de la Comunicación y de la Información lenguaje audiovisual. Estudiarán los grandes principios teóricos y las cuestiones prácticas relacionadas con la comunicación y la información audiovisual.</p>			
<p><b>Objetivos específicos:</b>            Adquirir las competencias básicas, transversales y específicas que se exponen a continuación.</p>			
<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.            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>			

\* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

<p>Competencias Transversales:          CT6 Capacidad de trabajar en equipo y de integración en equipos multidisciplinares.</p>
<p>Competencias Específicas:          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>
<b>Temario de la asignatura</b>
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>
<b>Temas</b>
<p><b><u>Contenidos teóricos:</u></b></p> <p><b>BLOQUE I.- INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN</b></p> <p><u>TEMA 1: Introducción Conceptual</u></p> <p>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</p> <p><u>TEMA 2. Modelos de comunicación</u></p> <p>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</p> <p><b>BLOQUE II.- LA COMUNICACIÓN DE MASAS</b></p> <p><u>TEMA 3: La comunicación de masas</u></p> <p>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</p>

### **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\***

<b>Horas de trabajo del alumno por tema</b>		<b>Presencial</b>		<b>Actividad de seguimiento</b>	<b>No presencial</b>
<b>Tema</b>	<b>Total</b>	<b>GG</b>	<b>SL</b>	<b>TP</b>	<b>EP</b>
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 lo 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 (básica y complementaria)

#### **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**

#### **Material Web:**

El disponible en el espacio de la asignatura del campus virtual (consultable una vez que se inicie el curso académico).

### **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.**