

# COMUNICACIÓN

Grado en Organización de Eventos, Protocolo  
y Relaciones Institucionales  
2018-2019

[www.protocoloimep.com](http://www.protocoloimep.com)

## 1\_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	
Comunicación	

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
6 ECTS	Básica	Primero	Segundo

<b>Titulación</b>	Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
<b>Centro</b>	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
<b>Aula teoría</b>	Planta 3, Aula 2
<b>Aula práctica</b>	Planta 3, Aula 2
<b>Idioma</b>	Castellano

PROFESORADO		
Nombre	e-mail	Responsable
Paula González	paula.gonzalez@protocoloimep.com	Comunicación

HORARIO		
Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Miércoles 9:30h a 13:30h.	<b>1. Febrero: Meet the pros BETTER PAN (Visita nuestras instalaciones)</b> <b>2. Marzo: Meet the pros Coca- Cola (Visita nuestras instalaciones)</b> <b>3. Abril: Meet the pros Cervezas Santa Faz (Visita nuestras instalaciones)</b>	<b>17 junio 2019</b>

## 2\_ CONTEXTUALIZACIÓN

Esta asignatura establece las bases teóricas de la disciplina de la Comunicación. Los titulados deberán ser capaces de comunicarse y expresarse con coherencia y corrección en su ejercicio profesional; han de ser capaces de construir, planificar y elaborar planes de comunicación integral, y deben conocer las teorías, categorías y conceptos que más han incidido en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación. De igual modo, conocerán las bases conceptuales que sustentan la relación de la Comunicación con otras disciplinas, incidiendo en la Organización de Eventos como herramienta de comunicación de marketing.

### 2.1\_ Recomendaciones para la asignatura.

- Leer la guía docente con detenimiento y preguntar cualquier duda.
- Prestar atención a las recomendaciones del profesor sobre las prácticas del curso y del examen final.

### 3\_ COMPETENCIAS

#### **3.1\_ Competencias generales (transversales) y Competencias específicas.**

##### **COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES**

CG12 - Capacidad de actualización de los conocimientos en el ámbito de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

CG2 - Capacidad para el liderazgo y la negociación - Exclusivamente grupo presencial.

CG8 - Capacidad para la evaluación, optimización y confrontación de criterios para la toma de decisiones.

##### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

CE1 - Capacidad de interpretación de las conductas sociales y de consumo y de las estrategias para la intervención protocolaria.

CE3 - Capacidad de desarrollar estrategias de marketing y comunicación que favorezcan las relaciones institucionales y la organización de eventos.

## 4\_ CONTENIDOS.

<b>4.1_ TEORIA</b>
<b>BLOQUE I: La comunicación social como disciplina científica</b>  <b>Tema 1.</b> Delimitación del concepto de Comunicación. Aproximación a los conceptos claves que delimitan el estudio de la teoría de la comunicación y su contexto.  <b>Tema 2.</b> El ecosistema comunicativo en la actualidad. De la Galaxia Gutemberg a la Sociedad Red. Estructura y elementos de la comunicación. Participación ciudadana y socialización de la información. La comunicación alternativa.
<b>BLOQUE II: Anclaje teórico de la investigación en comunicación social</b>  <b>Tema 1.</b> Investigación en comunicación. Principales teorías, autores y escuelas. Los modelos y elementos de la comunicación. Los precedentes de la investigación en comunicación social. Introducción al paradigma funcionalista. La <i>Mass Communication Research</i> . Introducción a las corrientes críticas. La Escuela de Frankfurt.  <b>Tema 2.</b> La comunicación y las audiencias. Conceptos básicos. Estudios sobre los efectos de la comunicación. La agenda <i>setting</i> . La espiral del silencio. Consumo de medios en España. Medición de las audiencias.
<b>BLOQUE III: Los medios de comunicación social</b>  <b>Tema 1.</b> Introducción a la comunicación de masas. La producción de los contenidos informativos. Las fuentes de la información. El papel de los gatekeepers. Fórmulas de construcción de la realidad informativa. Usos y abusos de la información.  <b>Tema 2.</b> La estructura mediática en España. Principales grupos de comunicación internacional, nacional, regional y local. Los nuevos medios en Internet.
<b>4.2_ PRÁCTICA</b>
<b>BLOQUE 1:</b> 1.- Casos prácticos de comunicación. 2.- Registros audiovisuales de campañas de comunicación
<b>BLOQUE 2:</b> 1.- Estudios de casos. 2.- Mediante documentos audiovisuales analizaremos las distintas teorías y escuelas
<b>BLOQUE 3:</b> 1.- Ejercicios prácticos 2.- Prácticas de comunicación en los medios

## 5\_ METODOLOGÍA

### 5.1\_PRESENCIAL

Los métodos empleados para esta asignatura, dividida en seis temas, serán los siguientes:

- 1.- Sesiones presenciales obligatorias durante el segundo cuatrimestre, que ayudarán al aprendizaje de la asignatura.
- 2.- Estudios de casos para llevar a cabo la comprensión de la materia.
- 3.- Análisis de situaciones, mediante visitas a empresas o invitaciones de profesionales.
- 4.- Presentación de ejercicios prácticos individuales/ grupales y exposiciones será la técnica que potenciará las dinámicas grupales.

### 5.2\_A DISTANCIA

Los métodos empleados para esta asignatura, dividida en seis temas, serán los siguientes:

- 1.- Sesiones online durante el segundo cuatrimestre, que ayudarán al aprendizaje de la asignatura.
- 2.- Estudios de casos para llevar a cabo la comprensión de la materia.
- 3.- Análisis de situaciones, mediante visitas a empresas o invitaciones de profesionales.
- 4.- Presentación de ejercicios prácticos individuales online y exposiciones será la técnica que potenciará las dinámicas grupales.

### 5.3\_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El centro IMEP cuenta con todas aquellas medidas previstas a adoptar en caso de contar con alumnos de capacidades distintas.

## **6\_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

1. Conocer e identificar los principales conceptos teóricos, ámbitos y métodos de investigación del campo de estudio.
2. Capacidad para adquirir conocimientos fundamentales de comunicación.
3. Capacidad y habilidad para exponer razonadamente ideas y proyectos en el marco de la comunicación.

## 7\_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 7.1\_ PRESENCIAL

#### **A) Evaluación continuada:**

- Asistencia a clases, seminarios, participación y actitud en el aula (30%).
- Examen final que consistirá en responder preguntas de contenido teórico (70%).

**\*Nota importante.**

Tanto las prácticas como el examen deben de estar aprobadas con las siguientes notas.

Prácticas: 5 puntos y Examen: 5 puntos.

#### **B) Evaluación septiembre:**

- Se guardarán las prácticas para septiembre
- Examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (70%).

**\*Nota importante.**

En caso de no presentar las prácticas, se evaluará el examen sobre 10 puntos.

#### **C) Sin evaluación continua:**

- Si el alumno pierde la evaluación continua, el examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (100%).

### 7.2\_ A DISTANCIA

#### **B) Evaluación continuada:**

- Asistencia a clases, seminarios, participación y actitud en el aula (30%).
- Examen final que consistirá en responder preguntas de contenido teórico (70%).

**\*Nota importante.**

Tanto las prácticas como el examen deben de estar aprobadas con las siguientes notas.

Prácticas: 5 puntos y Examen: 5 puntos.

#### **B) Evaluación septiembre:**

- Se guardarán las prácticas para septiembre
- Examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (70%).

**\*Nota importante.**

En caso de no presentar las prácticas, se evaluará el examen sobre 10 puntos.

#### **C) Sin evaluación continua:**

- Si el alumno pierde la evaluación continua, el examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (100%).

## 8\_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

<b>TIPOS DE ACTIVIDADES</b>	<b>HORAS</b>
ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS	30
ASISTENCIA A CLASES PRÁCTICAS	20
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CHARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	4
PREPARACIÓN CLASES TEORICAS	35
PREPARACIÓN TRABAJO PARA CLASES PRÁCTICAS	35
ASISTENCIA A TUTORIAS	3
ESTUDIO DE PREPARACIÓN EXÁMENES	15
VISITA A INSTALACIONES O EMPRESAS	4
REALIZACIÓN DE EXAMENES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS	4
<b>TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO</b>	<b>150</b>



**8.1\_PRESENCIAL**

<b>BLOQUE I: La comunicación social como disciplina científica</b>			<b>Semana 1, 2, 3 y 4</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1.- Analizar el concepto y los elementos de la comunicación  2.- Saber modelos los diferentes modelos de comunicación	Tarea 1: Aprendizaje del concepto de comunicación mediante registros visuales.	Será evaluación continua	10%

<b>BLOQUE II: Anclaje teórico de la investigación en comunicación social</b>			<b>Semana 5, 6, 7, 8 y 9</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1.- Comprender las distintas teorías, autores y escuelas	Tarea 2: Aplicación de este bloque II a casos prácticos	Será evaluación continua	10%

<b>BLOQUE III: Los medios de comunicación social</b>			<b>Semana 10, 11, 12, 13 y 14</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1.- Exponer las fuentes de información	Tarea 3: Práctica individual y grupal de los medios de comunicación	Será evaluación continua	10%

## 8.2\_A DISTANCIA

<b>BLOQUE I: La comunicación social como disciplina científica</b>			<b>Semana 1, 2, 3 y 4</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1.- Analizar el concepto y los elementos de la comunicación  2.- Saber modelos los diferentes modelos de comunicación	Tarea 1: Aprendizaje del concepto de comunicación mediante registros visuales.	Será evaluación continua	10%

<b>BLOQUE II: Anclaje teórico de la investigación en comunicación social</b>			<b>Semana 5, 6, 7, 8 y 9</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1.- Comprender las distintas teorías, autores y escuelas	Tarea 2: Aplicación de este bloque II a casos prácticos	Será evaluación continua	10%

<b>BLOQUE III: Los medios de comunicación social</b>			<b>Semana 10, 11, 12, 13 y 14</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1.- Analizar las fuentes de información	Tarea 3: Práctica individual y grupal de los medios de comunicación	Será evaluación continua	10%

## 9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

### 9.1\_GENERAL

#### BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Attallah, P. (1989). *Théories de la communication, Histoire, contexte et pouvoir*, Presses Université du Québec - Télé Université, Montreal.

Berelson, B. (1960). *Communication and Public Opinion*, in SCHRAMM, W., ed., *Mass Communications*, University of Illinois Press, Urbana-Chicago, 527-543.

Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Beth, H. (1987). *Introducción a la ciencia de la comunicación*. Anthropos, Barcelona.

Bullido, E. (2018). Las etapas de la crisis del periodismo. Recuperado de : <http://enriquebullido.com/la-etapas-de-la-crisis-del-periodismo/>

Bullido, (2018). La situación de la prensa en España en diez gráficos. Recuperado de: <http://enriquebullido.com/2015/12/15/lasituacion-de-la-prensa-en-espana-en-diez-graficos/>

Cabrera, M.A. (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa online en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n.º 7, págs. 71-78.

Cabrera, M.A. (2009). La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital en *ICONO* 14, nº 15, págs. 164 -177.

Carballar, J. (2012). *Social media*. San Fernando de Henares (Madrid): RC Libros.

Casero-Ripollés, A (2010). Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia en *El profesional de la información*, nº 19 págs. 595-601

Castells, M. (2006). *La sociedad Red*. Alianza Editorial. Barcelona.

Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias en *El profesional de la información*, nº 6.

Halloran, J. (1969). *The Communicator in Mass Communication Research*, in HAL-MOS, Paul, ed., *The Sociology of Mass-Media Communicators*, University of Keele.

Hardt, H. (1992). *Critical communication studies. Communication, history and theory in America*. Londres/Nueva York: Routledge.

Klapper, T. (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*. Aguilar. Madrid.

Matterland, A. y Matterland, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Parés i Macias, M. (1992). *Introducción a la comunicación social*. Edición Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. Barcelona.

Saperas, E. (1992). *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Edición Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. Barcelona.

Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

## 9.2\_POR TEMAS

### **BLOQUE I:**

Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Beth, H. (1987). *Introducción a la ciencia de la comunicación*. Anthropos, Barcelona.

Castells, M. (2006). *La sociedad Red*. Alianza Editorial. Barcelona.

Parés i Macias, M. (1992). *Introducción a la comunicación social*. Edición Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. Barcelona.

Saperas, E. (1992). *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Edición Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. Barcelona.

### **BLOQUE II:**

Berelson, B. (1960). *Communication and Public Opinion*, in SCHRAMM, W., ed., *Mass Communications*, University of Illinois Press, Urbana-Chicago, 527-543.

Halloran, J. (1969). *The Communicator in Mass Communication Research*, in HAL-MOS, Paul, ed., *The Sociology of Mass-Media Communicators*, University of Keele.

Hardt, H. (1992). *Critical communication studies. Communication, history and theory in America*. Londres/Nueva York: Routledge.

Klapper, T. (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*. Aguilar. Madrid.

Matterland, A. y Matterland, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

### **BLOQUE III:**

Bullido, E. (2018). *Las etapas de la crisis del periodismo*. Recuperado de :

<http://enriquebullido.com/la-etapas-de-la-crisis-del-periodismo/>

Bullido, (2018). La situación de la prensa en España en diez gráficos. Recuperado de: <http://enriquebullido.com/2015/12/15/lasituacion-de-la-prensa-en-espana-en-diez-graficos/>

Cabrera, M.A. (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa online en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. Estudios sobre el mensaje periodístico, n.º 7, págs. 71-78.

Cabrera, M.A. (2009). La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital en ICONO 14, nº 15, págs. 164 -177.

Carballar, J. (2012). Social media. San Fernando de Henares (Madrid): RC Libros.

Casero-Ripollés, A (2010). Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia en El profesional de la información, nº 19 págs. 595-601

Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias en El profesional de la información, nº 6.

Saperas, E. (1992). La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos. Edición Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. Barcelona.

Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.