

COMUNICACIÓN

Grado en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales
2022-2023

www.protocoloimep.com

1_DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	
Comunicación	

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
6 ECTS	Obligatoria	Primero	Segundo

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

PROFESORADO	
Nombre	e-mail
Miguel Molina	miguel.molina@protocoloimep.com

HORARIO		
Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Martes de 10 a 13.50	1. Jefatura Policía Local Elx 2. Centro Pikolinos	Presencial: 13 de junio Extraordinario Pres: 5 de septiembre
		A distancia: 2 de junio Extraordinario A dist: 5 de Septiembre.

2_CONTEXTUALIZACIÓN

La asignatura consiste, principalmente, en el conocimiento y funcionamiento de los medios de comunicación desde su etapa más primaria hasta los tiempos actuales donde lo digital recobra más importancia. Durante el curso se darán a conocer las estructuras de los medios y su papel en la sociedad tanto en el modo tradicional como el online.

El conocimiento de los medios de comunicación se ha convertido en una de las mayores fortalezas de los profesionales para promocionar eventos como generar imagen de marca. Para ello se pretende que el estudiante obtenga de forma teórica y práctica los conocimientos necesarios para su incorporación en el mercado laboral. Además, se reforzará con prácticas en habilidades comunicativas en las que el alumnado aplicará técnicas para perder el miedo escénico e impulsar una mejor imagen personal.

2.1_Recomendaciones para la asignatura.

- Leer la guía docente con detenimiento y preguntar cualquier duda lo antes posible para que el alumno pueda planificar su trabajo de la manera más adecuada.

- Revisar la bibliografía básica y prestar atención a las recomendaciones del profesor sobre materiales complementarios
- Cumplir escrupulosamente los plazos de entregar. Las prácticas en esta asignatura están planteadas de manera secuencial, de modo que es importante mantener el ritmo de trabajo que plantea el profesor.

2.2_ Mecanismos de Coordinación Docente.

En la actualidad dentro de IMEP, se ha creado la figura del Coordinador del Grado, que recae en la figura del Director de Grado.

Será él quien se encargue de establecer las reuniones necesarias para:

- Coordinar las actividades docentes dentro de una misma área de especialización.
- Compartir recursos y materiales docentes.
- Poner en común criterios que aplican los docentes para evaluar la adquisición.
- Revisar contenidos y métodos para evitar las duplicidades entre asignaturas.
- Intercambiar experiencias docentes.

3_ COMPETENCIAS Y OBJETIVOS

3.1_ Competencias generales (transversales) y Competencias específicas.

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

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.

4.1_ TEORIA

TEMA 1 El objeto de estudio de la teoría de la comunicación

- La comunicación como realidad humana.
- Características de la teoría de la comunicación.
- Los modelos de Comunicación

TEMA 2 Información y Comunicación.

- Concepto de Información y Comunicación.
- El proceso de la Comunicación y sus tipos de clases.

TEMA 3 La Comunicación de masas.

- La sociedad de masas y la Comunicación de masas.
- Orígenes y cultura de masas

TEMA 4 La comunicación y las audiencias

- Conceptos básicos de la comunicación y sus audiencias. • Estructura mediática en España
- La era RED.

TEMA 5 Liderar la comunicación

- El poder del liderazgo comunicativo
- La figura del líder
- Gabinete de Crisis.

TEMA 6 La realidad comunicativa

- Criterios de noticiabilidad
- Ventajas y desventajas de los medios de comunicación • El teatro periodístico.

TEMA 7 Habilidades comunicativas

- Prácticas A
- Prácticas B

4.2_ PRÁCTICA

- Realización de diversos casos prácticos referidos al tema.
- Realización de estrategias de comunicación en redes personales.
- Debates y ensayos sobre diversos temas de actualidad.
- Prácticas varias sobre habilidades comunicativas.

5_ METODOLOGÍA

5.1_ PRESENCIAL

CLASES TEÓRICAS.

En forma de clases magistrales apoyadas en el análisis de contenidos, productos audiovisuales y en la exposición por el profesor de sus propias experiencias, circunstancias que permitirá al alumno conocer desde dentro la mecánica comunicativa, así como los problemas, dificultades y técnicas aplicables a cada caso y momento. En algunas ocasiones habrán expertos invitados.

CLASES PRÁCTICAS.

Los alumnos aplican, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados por el profesor mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

5.2_A DISTANCIA

CLASES TEÓRICAS.

El profesor facilitará cada semana el tema correspondiente, de esta manera el alumno podrá realizar una lectura general del contenido para después iniciar el proceso de comprensión de los contenidos. Aparte el alumno tendrá píldoras formativas que ayuden a la asimilación de los contenidos de la asignatura y tutorías y prácticas mediante sistema de Blackboard. Esta técnica de estudio se puede reforzar con el diseño de resúmenes personales.

Las clases de Blackboard de una hora aproximadamente de duración se realizarán los siguientes días: 7 de febrero de 2023

21 de febrero de 2023

7 de marzo de 2023

21 de marzo de 2023

4 de abril de 2023

18 de abril de 2023

9 de mayo de 2023

La hora: de 20,30 a 21,30 horas. Estas clases quedarán grabadas.

En el caso de tener algún impedimento para poder impartir la clase, se avisará mediante el foro de noticias con antelación suficiente junto con la nueva fecha de realización.

CLASES PRÁCTICAS.

Los alumnos aplican, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales adquiridos.

Además, las prácticas se verán reforzadas con la elaboración de un Vocabulario sobre la temática de la titulación y ejercicios prácticos en redes sociales.

5.3_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales:

- Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- Cooperación y ayuda entre los alumnos y el profesor con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- Propiciar la puesta en común de experiencias y vivencias.
- Propiciar la interacción comunicativa entre los alumnos a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

6_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Adquirir las competencias necesarias para gestionar una correcta comunicación integral de marcas.
2. Reconocer las principales variables que son necesarias para ejecutar correctamente un plan de comunicación.
3. Contextualizar y comprender la teoría de la Comunicación Corporativa.
4. Plantear el diseño de comunicación más apropiado según los intereses y objetivos de la entidad u organización que lo requiera.
5. Desarrollar las capacidades propias de un DIRCOM para la correcta ejecución, gestión y organización del trabajo.

7_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1_PRESENCIAL

7.1_PRESENCIAL

La calificación de la asignatura “Comunicación” se obtiene de la siguiente manera:

Para evaluación continua:

40%: Examen Final de desarrollo consistente en un caso práctico.
50%: Realización de prácticas semanales, entregas para diseñar un Diccionario de Comunicación en Protocolo, organización de eventos y relaciones institucionales, y uso de redes sociales. 10 %: asistencia y actitud en clase.

Para evaluación no continua:

El alumno realizará examen de caso práctico, una práctica relacionada con las habilidades comunicativas y entregas para diseñar un Diccionario de Comunicación en Protocolo, organización de eventos y relaciones institucionales. Y uso de redes sociales.

En el escenario de realización de exámenes online motivado por cuestiones derivadas de la COVID19.

Para convocatoria extraordinaria

Todos los alumnos que han accedido a esta opción realizarán dos prácticas: caso práctico sobre

Una estrategia comunicativa y otra referida sobre los conceptos de las habilidades comunicativas.

El Sistema y criterio de evaluación de la asignatura que se ha definido en la guía docente será de aplicación durante todo el curso 2022-2023 independientemente del formato de presencia

Aspectos a tener en cuenta

Las faltas de ortografía en los trabajos, el no cumplimiento con las normas de estilo propuestas y la entrega de éstos fuera de plazo, serán aspectos penalizados en las calificaciones, con un 15% menos.

7.2_A DISTANCIA

La calificación de la asignatura “Comunicación” se obtiene de la siguiente manera:

Para evaluación continua:

40%: Examen Final de desarrollo consistente en un caso práctico.
50%: Realización de prácticas semanales, entregas para diseñar un Diccionario de Comunicación en Protocolo, organización de eventos y relaciones institucionales, y uso de redes sociales. 10 %: asistencia y actitud en clase.

Para evaluación no continua:

El alumno realizará examen de caso práctico, una práctica relacionada con las habilidades comunicativas y entregas para diseñar un Diccionario de Comunicación en Protocolo, organización de eventos y relaciones institucionales. Y uso de redes sociales.

En el escenario de realización de exámenes online motivado por cuestiones derivadas de la COVID19.

Para convocatoria extraordinaria

Todos los alumnos que han accedido a esta opción realizarán dos prácticas: caso práctico sobre una estrategia comunicativa y otra referida sobre los conceptos de las habilidades comunicativas.

El Sistema y criterio de evaluación de la asignatura que se ha definido en la guía docente será de aplicación durante todo el curso 2022-2023 independientemente del formato de estudio del curso.

8_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

HORAS	TIPO DE ACTIVIDADES PRESENCIAL
30	Clases teóricas
7,5	Otras Actividades
30	Clases prácticas
7,5	Seminarios
20	Trabajos en grupo
10	Tutorías
7,5	Otras actividades: tareas compartidas
15	Preparación clases teoría
15	Preparación trabajos clases prácticas
7,5	Estudio de exámenes
150	Total de horas

HORAS	TIPO DE ACTIVIDADES A DISTANCIA
30	Clases teóricas grupo a distancia
30	Clases prácticas grupo a distancia
7,5	Seminarios grupo distancia
20	Trabajos en grupo grupo distancia
10	Tutorías grupo distancia
7,5	Otras actividades: tareas compartidas grupo distancia
15	Preparación clases teoría grupo a distancia
15	Preparación trabajos clases prácticas grupo distancia
7,5	Estudio de exámenes grupo distancia
7,5	Otras actividades grupo a distancia
150	Total de horas

8.1_Cronograma PRESENCIAL Y DISTANCIA SIGUEN EL MISMO PLAN

TEMA 1 El objeto de estudio de la teoría de la comunicación y tema 7			Semana 1 y 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y/o participación de un invitado		
TEMA 1 El objeto de estudio de la teoría de la Comunicación y tema 7			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y/o		Práctica 1:
TEMA 1 El objeto de estudio de la teoría de la Comunicación y tema 7			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos,		Práctica 2:
TEMA 2 Información y Comunicación y tema 7.			Semana 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología y tema 7	Sistema de Evaluación	Porcentaje
	Exposición de teoría, casos		Práctica 3:
TEMA 2 Información y Comunicación y tema 7.			Semana 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo		Práctica 4:

TEMA 2 Información y Comunicación y tema 7.			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y/o participación de un invitado		Práctica 5:

TEMA 3 La Comunicación de masas y tema 7.			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo		Práctica 6:

TEMA 3 La Comunicación de masas y tema 7.			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo		Práctica 7:

TEMA 4 La comunicación y las audiencias, y tema 7			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y/o participación de un invitado		Práctica 8:

TEMA 4 La comunicación y las audiencias, y tema 7			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y/o		Práctica 9:

TEMA 5 Liderar la comunicación y tema 7			Semana 12
---	--	--	-----------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y/o participación de un invitado		Práctica 10:

TEMA 6 La realidad comunicativa y te na 7			Semana 13
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y/o		Refuerzo Materia de examen

TEMA 6 La realidad comunicativa y te na 7			Semana 14
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje total
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y/o participación de un invitado		Refuerzo Materia de examen

TEMA 6 La realidad comunicativa y tema 7			Semana 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Exposición de teoría, casos prácticos, trabajo individual o en grupo y/o participación de un invitado		Refuerzo Materia de examen

9. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Alonso, J. (2022). Discursos históricos. Del sermón de la montaña a Mandela. Madrid. Arzalia.

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

Brown, A. (2018). El mito del líder fuerte. Liderazgo político en la edad moderna. Los confusos. Media Business School.

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.

Bermúdez, M. y Lucena, J. (2019). Manual de debate: guía práctica para desarrollar tus habilidades en el académico y la oratoria. Manuales Berenice. Madrid.

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-espanaen-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.

Carriso, B. y Rivera, S. (2020). Comunicación Política: Debates, estrategia y modelos emergentes. Universo de Letras. Universidad de Querétaro.

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

El Hakim, S (2021). Código no verbal. Mejora tu vida a través de la comunicación no verbal. Alienta. Madrid.

Elías, A. (2019). El libro negro del contraste digital. Facultad Consultoría Política.

Gladwell, M (2018). Fuera de serie (Outliers). ¿Por qué unas personas tienen éxito y otras no. Debolsillo. Barcelona. .

Halloran, J. (1969). *The Communicator in Mass Communication Research*, in

HAL-MOS, Paul, ed., *The Sociology of Mass-Media Communicators*, University

Keele.

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

Jiménez, C. (2020). Supertalent: Desarrolla el talento digital más disruptivo e interactivo para conquistar el mundo profesional. ESIC. Madrid.

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

Martín Ovejero, J.L. (2019). Tú habla que yo te leo. Las claves de la Comunicación no verbal. Madrid: Aguilar.

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

VV.AA. (2021). Liderazgo: Leadership Presence. Serie Inteligencia Emocional Harvard Business Review. Barcelona.

VV.AA. (2021). Influencia y persuasión. Serie Inteligencia Emocional Harvard Business Review. Barcelona.

VV.AA. (2021). El auténtico liderazgo. Serie Inteligencia Emocional Harvard Business Review. Barcelona.

VV.AA. (2021). Confianza. Serie Inteligencia Emocional Harvard Business Review. Barcelona.

Zumeta, G. (2021). La radio. El acompañante silenciado. Madrid: Kailas Periodismo.