



GRADO EN
DERECHO
**PUB101: Teoría de la
Comunicación**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

Asignatura: Teoría de la Comunicación

Carácter: Básica

Idioma: Español

Créditos: 6ECTS

Curso: 1º

Semestre: 1º

Curso académico: 2017-2018

Profesores/Equipo Docente: Prof^{ra}. Dra. Juana Rubio Romero

1. REQUISITOS PREVIOS

Ninguno

2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Estudio de los procesos comunicativos, de los elementos que los constituyen y las estructuras en las que se integran. En definitiva se trata de abordar la comunicación como un objeto de estudio dentro de las Ciencias Sociales en general y en el ámbito de los medios de comunicación social en particular.

3. COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias generales:

Instrumentales:

CGi1 Analizar y sintetizar información que les permita formular juicios que procedan de una reflexión personal.

CGi2 Organizar y gestionar la actividad y el tiempo propios.

CGi3 Emplear correctamente la lengua propia de forma hablada y escrita.

CGi5 Exponer argumentaciones oralmente en público de forma ordenada y comprensible.

Personales:

CGp1 Trabajar en equipos multidisciplinares.

CGp2 Coordinar y dirigir equipos de trabajo.

CGp3 Ejercitar y desarrollar habilidades de inteligencia emocional; capacidad de establecer relaciones interpersonales positivas con su actividad académica y profesional.

CGp4 Valorar y respetar la diversidad cultural.

CGp7 Ser sensible a los temas de Responsabilidad social.

Sistémicas:

CGs2 Potenciar la capacidad de iniciativa, creatividad, liderazgo y superación en el desarrollo de la vida profesional.

CGs3 Potenciar la visión estratégica en el desarrollo de la profesión.

CGs4 Sentir motivación por la calidad.

CGs5 Capacidad para desenvolverse con eficacia en una organización en entornos de presión.

Competencias específicas:

CE1 Integrar el marco normativo, doctrinal y jurisprudencial de las relaciones jurídicas públicas y privadas.

CE3 Familiarizarse con la lectura e interpretación, de textos legales, jurisprudenciales y doctrinales.

CE6 Familiarizarse con el uso de las bases de datos de carácter legislativo y jurisprudencial, así como del software específico.

CE11 Conocer la génesis y desarrollo de las principales instituciones jurídicas.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

Modalidad presencial:

Tipo de actividad presencial	6ECTS
Clases teóricas	2
Tutorías	0,2
Lectura y análisis de textos	1
Trabajo personal	1
Estudio de casos	1
Trabajo en equipo	0,5
Trabajos a través de recursos virtuales	0,3

Modalidad a distancia:

Tipo de actividad	6ECTS
Clases teóricas a distancia	2
Tutorías a distancia	0,5
Lectura y análisis de jurisprudencia	1
Trabajo personal del alumno	1
Casos prácticos a distancia	1
Trabajos a través de recursos virtuales	0,5

5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Convocatoria Ordinaria

- Asistencia y participación, y dossier de actividades académicas dirigidas: 30%
- Prueba parcial (examen o trabajo práctico): 20%
- Prueba final: 50%

Restricciones y explicación de la ponderación: Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida. El alumno que injustificadamente deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Convocatoria Extraordinaria

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario (80%) y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria (20%), siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, es potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Advertencias sobre plagios

La Facultad de Ciencias de la Comunicación no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. En caso de detectarse este tipo de prácticas la sanción consistirá en el suspenso de la asignatura en la convocatoria correspondiente.

6. BIBLIOGRAFÍA

- **Bibliografía básica**

HERRERO, Julio César (editor) y PADILLA, Graciela y PÉREZ-UGENA, Álvaro (coordinadores): *Materiales para la Innovación en Estructura de la Comunicación*. Editorial.Universitas, Madrid 2011

VERDERBER, Rudolph F y VERDERBER, Kathleen S., *¡Comunícate!*, México: Cenage, 2010.

FERNÁNDEZ COLLADO, C. y GALGUERA GARCÍA, L., *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. Madrid: McGraw-Hill, 2008.

- **Bibliografía complementaria**

ABRIL, Gonzalo, *Teoría general de la información*. Madrid: Cátedra, 1997.

ADORNO, HORKHEIMER. "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" in *Dialectic of Enlightenment*. London: Verso, 1979.

ANDERSON, R., & ROSS, V. *Questions of Communication. A practical introduction to theory*. Boston: Bedford, St. Martins, 2002. (Extracts)

ARANGUREN, J. L., *La comunicación humana*. Madrid: Tecnos, 1986.

BARTHES, R., *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós, 1990.

BARTHES, R. "The Death of The Author" in LODGE, D. (ed.) *Modern Criticism and Theory*. Essex: Longman, 2000.

BRYANT, J. y ZILMAN, D., *Los efectos de los medios de comunicación. Investigación y Teorías*. Barcelona: Paidós, 1996.

BUSTAMANTE, E., *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2003.

CAMPBELL, J. *The Hero with a Thousand Faces*. London: Fontana Press, 1993.

CASTELLS, M., *La era de la información*. Madrid: Alianza, 1998.

DeFLEUR, D., *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1993.

De MORAGAS, M. (1985). *Teorías de la comunicación: investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili

De MORAGAS, M. (1985). (2011) *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa* Barcelona: Gedisa.

ECO, U. (1975). *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen. [Edición original italiana, 1968].

ELLIS, R. Y McCLINTOCK, A., *Teoría y práctica de la comunicación humana*. Barcelona: Paidós, 1993.

HERRERO, Julio César (editor) *Manual de Teoría de la Información y la Comunicación*, Editorial.Universitas, Madrid 2009

IGARTUA, J.J. y HUMANES, M.L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

KELLNER, D. *Cinema Wars. Hollywood Film and Politics in the Bush-Cheney Era*. New York: Blackwell Publishers, 2010.

LODGE, D., *The Practice of Writing*. London: Penguin, 1996.
–(ed.) *Modern Criticism and Theory*. Essex: Longman, 2000.
–*Consciousness and the Novel*. London: Penguin, 2002.

MARTÍN ALGARRA, M. *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos, 2010.

MARTÍN BARBERO, J., (1987). *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.
- (2002) *La educación desde la comunicación*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

MARTÍN SERRANO, M. *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. McGraw Hill, 2010.

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

MCKEE, R. *El Guión*. Madrid: Alba Editorial, 2002.

McLUHAN, M. y POWERS, B. R., *La aldea global*, Gedisa, Buenos Aires, 1996.

McQUAIL, D., *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1999.

McQUAIL, D., WINDAHL, S., *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: Eunsa, 1997.

PIÑUEL, J.L. Y LOZANO, C. (2006). *Ensayo general sobre comunicación*. Barcelona: Paidós.

RODRIGO, M. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

WATZLAWICK, P. y otros, *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder, 1995.

WATZLAWICK, P. (1981). *¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación*. Barcelona: Herder, 1981.

WEST, R. y TURNER, H., *Teoría de la comunicación: Análisis y aplicaciones*. Madrid: McGraw-Hill, 2005.

WOLF, M., *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós, 1996.

7. BREVE CURRICULUM

Profª Dra. Juana Rubio Romero

Doctora en Filosofía por la UCM, Licenciada en Filosofía y Letras, Sección Psicología, por la Universidad Complutense de Madrid (1978-79) y Formación en Teoría y Técnica psicoanalítica y en Investigación social y de mercados en diversos seminarios y grupos de trabajo.

Con más de 20 años de experiencia investigadora, ha trabajado en distintos Institutos de Investigación y para numerosas Agencias de Publicidad. Es profesora de la Universidad Antonio de Nebrija desde 1996, y actualmente es coordinadora del Doctorado en Ciencias de la Comunicación. Ha sido Directora-Coordinadora del curso CIM (Curso de Investigación en Marketing) que organiza la asociación AEDEMO (Asociación Española De Estudios de Mercado y Opinión) desde 2002 hasta 2007 y profesora conferenciante en el IED (Instituto Europeo de Diseño) de Madrid y en el TEC de Monterrey, Campus Puebla (México).

Es autora de diversas publicaciones, entre las que cabe destacar las siguientes:

- “Del spot al branded content y la importancia de investigar” Revista Actualidad Nebrija (2014)
- “The Project Nebrija Valley-Tuenti: A Collaborative experience university-educational innovation company”, en el libro INTED 2014. International Technology Education and Development Conference. IATED Academy.
- “El marketing online: una oportunidad para las pymes”, Revista Investigación y Marketing, AEDEMO (2013)
- “MarketNet: un proyecto de colaboración Universidad-Empresa para crear un portal formativo de marketing online para las PYMES Españolas”. Artículo publicado por *III Conferencias Científica de Telecomunicaciones Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones*. Quito 2010.
- “Fastest, una técnica cualitativa para detectar los problemas de comprensión de un mensaje publicitario” Revista EAN (Septiembre 2008)
- “Be water my friend´ o las identidades fluidas en las sociedades de consumo avanzado”. Revista Investigación y Marketing. (Septiembre 2007)
- “La identidad sexual de los jóvenes en la publicidad de Bacardi”. Revista Trama & Fondo, Nº 16, Primer semestre 2004.

8. LOCALIZACIÓN DEL PROFESOR

Campus Madrid Princesa

E-mail de la profesora Juana Rubio: jrubio@nebrija.es

9. CONTENIDO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TÍTULO: Grado en Derecho

CURSO ACADÉMICO: 2017-2018

ASIGNATURA: Teoría de la Comunicación

CURSO: 1º SEMESTRE: 1º CRÉDITOS ECTS: 6

Semana	Sesión	Sesiones de Teoría, Práctica y Evaluación continua	Estudio individual y trabajos prácticos del alumno	Horas Presenciales	Horas semana trabajo personales
1	1	A- Presentación de la asignatura: Objetivo metodología, evaluación. -Definición de las metas del grupo de clases específicas, consistentes, motivantes y aceptables. - Composición de los grupos de trabajo para las actividades B- Discurso espontáneo sobre el Título de la Asignatura	<u>Repaso de lo ya sabido sobre los elementos de comunicación y el proceso comunicativo</u>	1.5	4
1	2	<u>MÓDULO I: Fundamentos de Tª de la comunicación</u> <u>Tema 1: Conceptos básicos</u> - Elementos de la comunicación - Funciones y escenarios de comunicación - Principios de la comunicación	Actividad Individual. ¿Qué objetivos pretende esta asignatura y cómo me puede ayudar? A partir de unas lecturas breves, sobre el significado de comunicación y sobre el concepto de teoría, los alumnos tienen que prepararse para el Debate en clase sobre las implicaciones del significado del nombre de la asignatura: Teoría de la Comunicación y sobre cómo les puede ayudar esta asignatura en su formación. Se trata de encontrar la aplicación de teoría de la comunicación a las distintas disciplinas (derecho, artes escénicas, relaciones internacionales, ADE etc...)	1.5	
2	3	<u>Debate sobre la utilidad de la asignatura para las distintas disciplinas</u> <u>Tema 2: El proceso de comunicación y su evolución</u> Definiciones de comunicación propuestas por los alumnos y añadidas por el profesor -La importancia de teorizar y el valor de teoría de la comunicación -El arte de hacerse preguntas		1.5	4

2	4	<p>Sobre la complejidad de la comunicación humana</p> <p>Visionado del cortometraje "Yo tb tq" de Dani Montes</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Zf-YtUuYCDE</p> <p>Debate en clase sobre la comunicación cara y la mediada por la tecnología y participación en el blog</p>	<p>Actividad PAD: entrada en el blog sobre la comunicación cara a cara y por whatsapp</p>	1.5	
3	5	<p><u>Tema 3: La interacción comunicativa</u></p> <p>-Dialéctica de las acciones expresivas ejecutivas en el comportamiento comunicativo.</p> <p>- La participación activa de los receptores en el proceso comunicativo</p>	<p><u>Sobre el significado de las palabras</u></p> <p>Visionado del video que explica el porqué de la actual crisis económica.</p> <p>http://www.dailymotion.com/video/k2rLNuMg_gOKSJWHSpy</p> <p>Actividad PAD: entrada en el blog sobre el diálogo que mantienen estos dos humoristas hablando de la crisis, poniendo especial atención a lo que dicen sobre el poder de las palabras como constructoras de realidad</p>	1.5	4
3	6	<p><u>Tema 4: Comunicación Verbal y no verbal (CNV)</u></p> <p>-Naturaleza, usos y funciones del lenguaje</p> <p>- Características de la comunicación no verbal</p> <p>- Fuentes de la comunicación no verbal: cuerpo, vez y espacio.</p> <p>- Tipos de CNV</p>	<p><u>Actividad PAD: Grupal</u></p> <p>A- Realizar un video de Grabación de un video de 5´de duración máxima con alguna de las temáticas tratadas en clase sobre CNV</p> <p>B- Análisis de los elementos verbales no verbales que intervienen en la comunicación del sketch.</p> <p>C- Preparar para presentar en clase</p>	1.5	
4	7	<p>-Presentaciones del trabajo de los alumnos por grupos</p>		1.5	4
4	8	<p><u>Práctica analítica de las presentaciones de los alumnos sobre comunicación verbal y no verbal</u></p> <p>- Claves de la presentación personal.</p>		1.5	
5	9	<p><u>Tema 5: La importancia de la recepción en el proceso de comunicación</u></p> <p>- Diferencia entre oír y escuchar</p> <p>- Escuchar y responder</p>		1.5	4

		- Elementos favorecedores y obstaculizadores par una recepción efectiva		
5	10	MÓDULO II: Comunicación interpersonal <u>Tema 6: La comunicación en las relaciones personales (I)</u> - Razones y reglas por las que se rigen - Perspectivas para el análisis. Preparación Actividad 3 (Elaboración: 1 semana)		1.5
6	11	<u>La comunicación en las relaciones personales (II)</u> -Predicciones y estrategias -Comunicación en las etapas de las relaciones		1.5
6	12	Práctica analítica de comunicación interpersonal Análisis del caso de Juan y Patricia		1.5
7	13	<u>Tema 7: La Comunicación intercultural</u> - Cultura y comunicación - Identificar normas y valores culturales - Barreras a la comunicación intercultural eficaz	Aplicación de los elementos del proceso comunicativo a partir del corto Feedback. https://www.youtube.com/watch?v=y8ngq1_f6K4	1.5
7	14	Repaso de conocimientos. Preparación parcial		1.5
8	15	EXAMEN PARCIAL		1.5
8	16	Sesión evaluación examen parcial		1.5
9	17	MÓDULO III: Comunicación grupal <u>Tema 8: Característica y etapas de la comunicación grupal (I)</u> -Características de los grupos de trabajo eficaces -Etapas del desarrollo grupal Preparación Actividad 4 (Elaboración: 1 semana)		1.5
9	18	<u>Característica y etapas de la comunicación grupal (II)</u>		1.5

		-Roles -Liderazgo			
10	19	Role Playing de 2 reuniones de grupo, de 15' de duración, en la que se analizarán las interacciones comunicativas eficaces y fallidas.		1.5	5
10	20	MÓDULO IV: Comunicación de masas <u>Tema 9: Características y funciones de la comunicación de masas (I)</u> -Comparativa comunicación interpersonal comunicación masiva. -Variables que definen a la comunicación de masas. - Mass media y construcción de la realidad El concepto de "agenda setting" -Funciones y disfunciones de los medios de comunicación de masas Preparación Actividad 5 (Elaboración: 1 semana)	Visionado del capítulo piloto de la serie The Newsroom Debate en clase sobre las características y funciones de los medios de comunicación de masas Actividad PAD: Grupal A partir del texto "La comunicación de masas: características, funciones y efectos de los MCM. Modelos de análisis", los alumnos en grupo preparan la presentación en clase de las distintas teorías	1.5	
11	21	<u>Características y funciones de la comunicación de masas (II)</u> - -Ficción/ no ficción/ objetividad/ subjetividad/ la quimera de la "verdad". -La era de la información.		1.5	4
11	22	<u>Tema 10: La investigación de la comunicación de masas.</u> - La comunicación de masas como campo de estudio e investigación. -Principales líneas de investigación sobre función social de los mass media.	Análisis de videos sobre la sociedad red: Futuro Digital, Discovery Channel https://www.youtube.com/watch?v=LgEXYaV8EE&list=PLi2T5G5YYLb_6rzboaHIHbZTc5T6OyorN&index=2	1.5	
12	23	Práctica analítica de comunicación de masas y comunicación en red	Entrevista Manuel Castells. Comunicación y poder https://www.youtube.com/watch?v=4Nli7Ysya-go Actividad PAD: entrada en el blog sobre la sociedad red	1.5	5

12	24	MÓDULO V: Comunicación persuasiva <u>Tema 11: El arte de la oratoria</u> -Factores, presupuestos y estrategias de persuasión. -La retórica clásica	Actividad PAD: Individual. ¿Qué hacen los buenos comunicadores? -Análisis de contenido del discurso del Steve Jobs en la Universidad de Stanford y debajo lo encontraréis transcrito: http://mercadeoglobal.com/blog/textos-del-celebre-discurso-de-steve-jobs-en-la-universidad-de-stanford/	1.5	
13	25	Debate: Análisis del discurso de Steve Jobs en la Universidad de Standford		1.5	6
13	26	<u>Tema 12: Estrategias del buen comunicador</u> -Herramientas para hablar en público		1.5	
14	27	Discursos informativos y persuasivos		1.5	6
14	28	<u>Práctica de los alumnos de hablar en público.</u> <u>Discursos persuasivos</u>	Repaso del temario y cierre del PAD: Dossier de Actividades Dirigidas.	1.5	
15	29	Conclusiones y Preparación examen final		1.5	8
Evaluación			Evaluación Final Ordinaria	3	
			Evaluación Final Extraordinaria	3	
			Actividades de evaluación	10.5	
Tutorías				15	
HORAS				75	75
Total: 150 (75 + 75)					