

## Asignatura

Nombre Asignatura	Teoría de la Comunicación
Código	100000244
Créditos ECTS	6.0

## Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2020)
Carácter	BÁSICA
Curso	1

## Profesores

Nombre	Alicia Trelles Villanueva
--------	---------------------------

## Datos Generales

### » OBJETIVOS TEÓRICOS

En esta asignatura se pretende dar a conocer al alumno las principales teorías de la comunicación, y que el alumno sea capaz de identificar los fenómenos comunicativos que le rodean.

Se pretende que el alumno desarrolle una capacidad crítica y sea consciente de cómo afectan a la sociedad y a los individuos los procesos comunicativos, y cómo estos vienen determinados por las condiciones económicas, sociales, históricas y tecnológicas en cada época.

Por otro lado, se le formará en la capacidad de crear mensajes mediáticos

### » OBJETIVOS PRÁCTICOS

Dentro de esta asignatura se persigue que el alumno sea capaz de aplicar los conocimientos teóricos en su ejercicio profesional, y que como miembro de una audiencia desarrolle su capacidad crítica y de reflexión ante los mensajes que recibe, identificando los criterios por los que estos vienen definidos y determinados.

### » COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Esta asignatura busca desarrollar en los alumnos las siguientes competencias:

**Competencias generales:**

conocer y entender la historia de la Teoría de la Comunicación, relacionándolo con su contexto histórico, social y tecnológico.

Situar el lugar que ocupan los estudios de la comunicación, entre los saberes científicos y las prácticas sociales.

Proporcionar los fundamentos teóricos que son necesarios para el estudio de las materias específicas de las titulaciones comunicativas así como para el posterior desempeño de las actividades profesionales, unas y otras en rápido proceso de transformación.

**Competencias transversales:**

Desarrollar la capacidad crítica frente a los contenidos mediáticos, y aprovechamiento de la información tanto a nivel personal como profesional.

Reflexionar los contenidos y saber exponer y desarrollar sus propias ideas.

**Competencias específicas:**

Conocer y entender los distintos tipos de comunicación.

Conocer y entender las principales manifestaciones de la Teoría de la comunicación, centrándose principalmente en la comunicación mediática.

Comprender la importancia de los medios de comunicación a lo largo de su historia.

Comprender los comportamientos y actitudes generales de la audiencia.

Se pretende despertar en el alumno su capacidad de relacionar y aplicar en la práctica los

conocimientos teóricos.

## ➤ CONTENIDO DEL PROGRAMA

**Tema 1.** Nacimiento y evolución de la teoría de la comunicación

**Tema 2.** Conceptos fundamentales

2.1. Definición de la comunicación

2.2 Contextos de la comunicación

**Tema 3.** Teoría de la interacción simbólica

**Tema 4.** Modelos de investigación en comunicación.

**Tema 5** Teoría de la Aguja hipodérmica.

**Tema 6.** Comunicación en la Sociedad.

6.1 Teoría Crítica

**Tema 7.** Los mensajes de los medios

7.1 Teoría de los estudios culturales

7.2 Teoría de la Agenda Setting

**Tema 8.** Las audiencias

8.1 Teoría de los usos y gratificaciones

8.2 Teoría de la espiral del silencio

**Tema 9.** Comunicación transmedia

## ➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

**REGLAS ORTOGRÁFICAS** Normas aplicables a la redacción y a las faltas de ortografía, puntuación y acentuación en los trabajos y exámenes realizados por alumnos de los Grados de Comunicación. La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, la Dirección del Grado ha aprobado adoptar como norma interna los siguientes criterios de calificación.

### NORMAS APLICABLES

1. Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.

2. La ortografía será juzgada en su totalidad, (letras, tildes y signos de puntuación) y valorada dentro de la capacidad de expresión del alumno.

3. Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:

Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio.

Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.

Por la reiteración de errores de puntuación se podrán deducir hasta dos puntos de la calificación del ejercicio, según la apreciación del corrector.

Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

### **EVALUACIÓN -**

Examen final (50% de la nota final)

Prácticas de clase (30% de la nota final)

Lectura y trabajo de un libro o distintos textos facilitados por la profesora (10%)

Se evaluará también la asistencia y la actitud del alumno en el aula.

Condicionado a que cada parte esté aprobada por separado

#### **Criterios para Convocatoria extraordinaria**

Los alumnos que se presenten a la convocatoria extraordinaria del curso en el que han tenido la asignatura, se les guardará la nota de las prácticas si están aprobadas y hará la media que se explica al principio del apartado. Si las tiene suspensas, su evaluación será 100% del examen (que, previsiblemente, constará también de una parte práctica)

Los alumnos en convocatoria extraordinaria (3ª convocatoria en adelante) serán evaluados 100% por el examen

CÁLCULO HORAS ACTIVIDADES FORMATIVAS	Teoría de la Comunicación	
	Horas/ECTS	
Clases teóricas presenciales	40	7
Prácticas o seminarios presenciales	15	2,5
Tutorías y procesos de evaluación	10	1,5
Preparación prácticas y seminarios	20	6
Trabajos personales	35	3,5
Actividades formativas extralectivas	10	1,5
Estudio y lecturas	20	3
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>25</b>

### **➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

1. CARRERA, P.(2008). Teoría de la Comunicación Mediática. Valencia: Tirant Lo Blanch.

2. WOLF, M.(1987). La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas, Barcelona: Paidós.
3. WOLF, M.(1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós.
4. Mc QUAIL, D.(1983). Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona: Paidós.
5. MARTIN ALGARRA, M.(2003). Teoría de la comunicación: una propuesta. Madrid: Tecnos.
6. LUCAS MARÍN, A.(ed). (2009). La nueva comunicación. Madrid:Trotta.
7. IGARTUA, J.J. y HUMANES, M<sup>a</sup> L. (2004). Teoría e investigación en comunicación social. Madrid: Síntesis.
8. SANCHEZ NORIEGA, J.L. (2002). Crítica de la seducción mediática. Madrid: Tecnos.
9. RODA FERNANDEZ, R. (1989). Medios de comunicación de masas. Madrid: CIS.
10. ORIHUELA, J.L.(2015). Los medios después de internet. Barcelona: Editorial UOC.
11. REDONDO, M. (2018). Verificación digital para periodistas. Barcelona: Editorial UOC.
12. SCOLARI, C. (2008). Hipermediaciones. Barcelona: Gedisa.
13. GARCÍA AVILÉS, J.A. (2015) Comunicar en la sociedad red. Barcelona: Editorial UOC