



Facultade de Filoloxía e Tradución

(*)

Horarios

Horarios

http://webs.uvigo.es/fft/index.php?option=com_rokdownloads&view=folder&Itemid=74

Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios

Materias

Curso 1

Código	Nome	Cuadrimestre	Cr.totais
V01M094V01101	Lingua e Pensamento	1c	3
V01M094V01102	Comunicación e Linguaxe	1c	3
V01M094V01103	Técnicas de Redacción en Español	1c	3
V01M094V01104	Técnicas de Redacción en Galego	1c	3
V01M094V01105	Técnicas de Redacción en Inglés	1c	3
V01M094V01106	Linguaxe Científica-Técnica	1c	3
V01M094V01107	Linguaxe Xurídica-Xudicial	1c	3
V01M094V01108	Linguaxe Empresarial	1c	3
V01M094V01109	Linguaxe nas Industrias Culturais	1c	3
V01M094V01110	Facilitadores e Barreiras na Comunicación	1c	3
V01M094V01111	Comunicación Non Verbal	1c	3
V01M094V01112	Presentacións Eficaces	1c	3
V01M094V01113	Comunicación Intercultural	1c	3
V01M094V01201	Comunicación Institucional e Política	2c	3
V01M094V01202	Comunicación Persuasiva	2c	3
V01M094V01203	Comunicación Periodística	2c	3
V01M094V01204	O Protocolo como Ferramenta para a Comunicación	2c	6

V01M094V01205	Novas Tecnoloxías Aplicadas á Xestión da Comunicación nas Organizacións	2c	3
V01M094V01206	Prácticas en Empresas	2c	6
V01M094V01207	Traballo Fin de Máster	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Lingua e Pensamento				
Materia	Lingua e Pensamento			
Código	V01M094V01101			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio			
Correo-e	arifon@uvigo.es			
Web	http://www.masterlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	Reflexión sobre a posibilidade de expresar lingüisticamente a verdade e as posibilidades e técnicas de persuasión a través da fala.			

Competencias

Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
C1	Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C7	Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
C11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
D1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D2	Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
D11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender a conexión entre linguaxe e lóxica.	A3 A4 C1 C2 D1 D2 D11

Comprender a conexión entre argumentación, significado e verdade.	A3 C1 C10 D1 D2 D5
Aprender a recoñecer os aspectos persuasivos de calqueira cuestión.	A3 A4 C11 D1 D5 D6
Saber coma usar a linguaxe para convencer.	A3 A4 C4 C7 C10 C11 D5 D6

Contidos

Tema	
1. Linguaxe e pensamento	1.1 Aproximación aos conceptos 1.2 Relacións entre linguaxe e pensamento
2. Linguaxe e verdade	2.1 Aparición da Lóxica 2.2 Argumentos: fortalezas e debilidades
3. Linguaxe e política	3.1 Retórica e poder 3.2 Discurso e opinión
4. Linguaxe e comunicación	4.1 A comunicación: é posible?

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	1	1	2
Seminarios	18	48	66
Traballos e proxectos	1	6	7

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introdutorias	Actividades encamiñadas a tomar contacto e reunir información sobre o alumnado, así como a presentar a materia.
Seminarios	Actividade adicada a presentar os contidos da materia, con participación do alumnado e posibilidade de preguntas e discusión.

Atención personalizada

Probas	Descrición
Traballos e proxectos	O profesor axudará ao alumnado a fixar os obxectivos e métodos dos traballos de aula; orientará o seu estudo nas titorías; e explicará antes de cada exercicio ou proba a estrutura e contido deles.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Seminarios	Avaliase a asistencia, atención e participación	30	A3	C2	
Traballos e proxectos	Avaliase a orixinalidade, calidade da expresión e precisión de conceptos.	70	A3 A4	C7	D2 D6

Outros comentarios sobre a Avaliación

Na segunda edición de actas, avaliación mediante proba presencial da totalidade dos contidos do programa.

Bibliografía. Fuentes de información

Aristóteles, **Organon I**, Gredos,

Aristóteles, **Organon II**, Gredos,

Aristóteles, **Retórica**, Gredos,

García Masip, F, **Comunicación y desconstrucción**, Universidad Iberoamericana,

Platón, **Gorgias**, Gredos,

Valdés Villanueva, L., **La búsqueda del significado**, Tecnos,

Recomendacións

Outros comentarios

Sen requisitos previos.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Comunicación e Linguaxe**

Materia	Comunicación e Linguaxe			
Código	V01M094V01102			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Tradución e lingüística			
Coordinador/a	Ramallo Fernández, Fernando			
Profesorado	Ramallo Fernández, Fernando			
Correo-e	framallo@uvigo.es			
Web	http://www.lenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	Materia dedicada a abordar as relacións entre a comunicación e a linguaxe co obxectivo de comprender, producir e interpretar destrezas comunicativas propias do ámbito profesional.			

Competencias

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoitado nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
C1	Poseer coñecementos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser orixinais e creativos en el desenvolvemento e creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C2	Aplicar los coñecementos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco coñecidos dentro de contextos multidisciplinares.
C3	Integrar coñecementos y poder desenvolver un proceso de comunicación sólido a partir de una información que, aunque sea incompleta, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas al proceso comunicativo.
C7	Planificar, estruturar y desenvolver ensayos escritos y presentacións orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de maneira eficaz y válida, seguindo las convencións académicas o profesionais que el contexto requiera y empregando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expostos.
C9	Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionais.
D1	Aprender a desenvolver y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D6	Elaborar las propias posicións y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situacións comunicativas individuais o de debate.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Ser quen de pensar criticamente con respecto aos problemas relacionados coa linguaxe e a comunicación no mundo actual	A3 C1 C2 C3 C9 D1 D6
Coñecer as dificultades máis frecuentes na comunicación e saber adaptar as actitudes axeitadas para a xestión de conflitos interpersoais, interculturais e de equipo.	A3 C1 C2 C9 D1 D6

Ser capaz de analizar e interpretar textos sobre a comunicación

A1
A2
C1
C2
C3
C7
C9
D1
D6

Contidos

Tema

1. Comunicación e linguaxe	1.1. Que é a comunicación? 1.2. Cales son os medios da comunicación lingüística?
2. Linguaxe e interacción social	2.1 Estilos conversacionais 2.2. Competencia comunicativa 2.3. Cortesía lingüística 2.4. Linguaxe e xénero
3. Nós no discurso	3.1. A presenza da autoría nos textos 3.2. Estratexias discursivas nos ámbitos profesionais

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	9	9	18
Actividades introdutorias	1	0	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	5	35	40
Informes/memorias de prácticas	1	15	16

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Exposición por parte da profesora dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e metodolóxicas
Actividades introdutorias	Presentación da materia e avaliación do punto de partida
Resolución de problemas e/ou exercicios	Sesións dedicadas á resolución práctica de exercicios relacionados coas cuestións teóricas

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Atención individualizada e/ou grupal para resolver dúbidas sobre os contidos da materia en xeral e sobre as sesións de debate en particular.
Probas	Descrición
Informes/memorias de prácticas	Atención individualizada e/ou grupal para resolver dúbidas sobre os contidos da materia en xeral e sobre as sesións de debate en particular.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Sesión maxistral	Asistencia e participación nas sesións teórico-metodolóxicas	20	A2		
Informes/memorias de prácticas	O alumnado debe realizar un traballo práctico coa titorización da docente do que deberá entregar un informe sobre a obtención do corpus textual, metodoloxía empregada e principios conclusións.	80	A1 A3	C3	D1 D6

Outros comentarios sobre a Avaliación

A avaliación na segunda edición das actas será a entrega do informe de traballo práctico que terá un valor do 100% da cualificación.

As probas da primeira edición de actas entregaranse na última sesión.

A avaliación do estudantado erasmus rexerese polos mesmos criterios.

Agárdase de todo o alumnado o máximo rigor no respecto ás normas éticas do traballo. No caso de detectárense prácticas de copia e/ou plaxio, a penalización poderá supoñer o suspenso da materia.

Bibliografía. Fontes de información

Escandell Vidal, M^a Victoria, **La comunicación: lengua, cognición y sociedad**, 1^a,

Herrero Cecilia, Juan, **Teorías de pragmática, de lingüística textual y de análisis del discurso**, 1,

Martín Serrano, Manuel, **Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad**, 1^a,

Moreno Cabrera, Juan Carlos, **Cuestiones clave de la Lingüística**, 1^a,

Tusón, Jesús, **¿Cómo es que nos entendemos?: (sí es que nos entendemos)**, 1^a,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Técnicas de Redacción en Español**

Materia	Técnicas de Redacción en Español			
Código	V01M094V01103			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Rodríguez Barcia, Susana			
Profesorado	Rodríguez Barcia, Susana			
Correo-e	barcia77@uvigo.es			
Web	http://www.lenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	A materia "Técnicas de redacción en español" ten como principais obxectivos achegar aos discentes as ferramentas para acadar unha correcta redacción en español e proporcionar unha base sólida para que poidan levar a cabo textos profesionais e académicos eficaces en español.			

Competencias

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
C1	Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
D1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
D8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Adquirir un alto dominio de comprensión e redacción de textos en español, no que se poña de manifesto a capacidade creativa.	A1 C1 D1
Desenvolver e optimizar a capacidade para comunicarse de forma eficaz por escrito en español en contextos multidisciplinares.	A4 C6 D5
Dominar estratexias de redacción para a composición de informes, ensaios, memorias, correos electrónicos e outros tipos de escrito que se realicen de xeito individual ou en equipos co propósito de mellorar a comunicación escrita.	A2 C6 D7
Ampliar e utilizar de forma significativa o repertorio léxico en español máis empregado nos ámbitos profesionais e aplícalo en contextos de uso real.	A2 C1 D1
Adoptar unha actitude positiva e de mellora constante fronte os retos que implica a redacción textual e o coñecemento lingüístico de alto nivel.	A4 C6 D8

Contidos	
Tema	
Tema 1. Escribir ben.	1.1. Ortografía e Ortotipografía. 1.2. Principais problemas de redacción. 1.3. Pragmática da puntuación. 1.4. Ferramentas para unha correcta redacción.
Tema 2. Composición dun texto.	2.1. A elaboración do texto. 2.2. Organización en función do contido. 2.3. Fases na elaboración dun texto: o parágrafo, a frase e a palabra.
Tema 3. A escritura coherente.	3.1. Procedementos léxicos para manter a cohesión textual. 3.2. Procedementos gramaticais para manter a cohesión textual. 3.3. A progresión temática.
Tema 4. Secuencias textuais.	4.1. Argumentación. 4.2. Exposición. 4.3. Descrición. 4.4. Narración.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	2	11	13
Traballos tutelados	5	20	25
Traballos de aula	5	20	25
Sesión maxistral	4	8	12

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Actividades introdutorias	Actividade teórica e práctica de presentación, introdución e avaliación diagnóstica do nivel.
Traballos tutelados	Actividade práctica. Formularanse na aula catro actividades relacionadas coa elaboración e reformulación textual en español. Os traballos serán desenvolvidos coa orientación dos docentes.
Traballos de aula	Actividade práctica. Os discentes realizarán unhas tarefas relacionadas cos contidos da materia.
Sesión maxistral	Actividade teórica. Consiste na exposición dos contidos xerais da materia co obxectivo de comunicar coñecementos, estratexias e metodoloxías. As explicacións estarán ordenadas e ben estruturadas e contarán con exemplos claros que aseguren a comprensión dos contidos. Ocasionalmente poderán estar apoiadas por presentacións.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	No relativo aos traballos tutelados e proxectos, o docente reservará un tempo de atención personalizada co fin de atender e resolver as dúbidas do alumnado. Este tempo distribuirase en relación coas necesidades puntuais dos discentes, que poderán asistir ás titorías habituais, ás titorías colectivas ou concertar outras específicas en función da súa disponibilidad.
Traballos de aula	No relativo aos traballos tutelados e proxectos, o docente reservará un tempo de atención personalizada co fin de atender e resolver as dúbidas do alumnado. Este tempo distribuirase en relación coas necesidades puntuais dos discentes, que poderán asistir ás titorías habituais, ás titorías colectivas ou concertar outras específicas en función da súa disponibilidad.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Traballos tutelados	Trátase de catro actividades, realizadas de forma autónoma con apoio docente, relacionadas coa elaboración e reformulación textual en español. Cada actividade supón o 20% da cualificación final.	80	A1 A2	C1 C6	D5 D8
Traballos de aula	Os discentes realizarán unhas tarefas relacionadas cos contidos da materia formuladas dentro da aula.	20	A1 A2 A4	C1	D1 D7

Outros comentarios sobre a Avaliación

Na primeira convocatoria teranse en conta a resolución dos exercicios tal como especificase arriba.

Na segunda edición de actas o alumnado terá que entregar cinco actividades plantexadas pola docente e que terán un valor

do 20% cada unha sobre a cualificación total.

Bibliografía. Fontes de información

CALSAMIGLIA BLANCAFORT, HELENA Y AMPARO TUSÓN VALLS, **Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso**, Barcelona: Ariel Lingüística,

CASADO VELARDE, Manuel, **Introducción a la gramática del texto del español**, Madrid: Arco/Libros,

CERVERA, ÁNGEL, **Guía para la redacción y el comentario de texto**, Madrid: Espasa Calpe,

GÓMEZ TORREGO, Leonardo, **Ejercicios de Gramática Normativa I**, Madrid: Arco/Libros,

HIMSTREET Y, W. Y BATY, **Guía para la redacción de cartas e informes en la empresa**, Deusto,

LÓPEZ ALONSO, COVADONGA Y SERE ARLETTE, **Nuevos géneros discursivos. Los textos electrónicos**, Madrid: Biblioteca Nueva,

MARTÍNEZ DE SOUSA, José, **Manual de estilo de la lengua española**, Gijón: Trea,

MARTÍNEZ DE SOUSA, José, **Ortografía y ortotipografía del español actual**, Gijón: Trea,

PAREDES GARCÍA, Florentino, **Guía práctica del español correcto**, Madrid: Espasa e Instituto Cervantes,

PORTOCARRERO, Felipe y Natalia GIRONELLA, **La escritura rentable. La eficacia de la palabra en la empresa**, Madrid: SM,

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, **Nueva gramática de la lengua española**, Madrid: Espasa,

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, **Diccionario panhispánico de dudas**, Madrid: Santillana,

REYES, Graciela, **Cómo escribir en español**, Madrid: Arco/Libros,

VÁZQUEZ, Graciela, **Guía didáctica del discurso académico escrito. ¿Cómo se escribe una monografía?**, Madrid: Edinumm,

VELILLA, Ricardo, **Guía práctica para la redacción de informes**, Barcelona: Edunsa,

YUS, Francisco, **Ciberpragmática. El uso del lenguaje en internet**, Barcelona: Ariel Lingüística,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Técnicas de Redacción en Galego**

Materia	Técnicas de Redacción en Galego			
Código	V01M094V01104			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	1c
Lingua de impartición	Galego			
Departamento	Dpto. Externo Lingua española			
Coordinador/a	Rodríguez Barcia, Susana			
Profesorado	Casás Aguín, Zaixega Rodríguez Barcia, Susana			
Correo-e	barcia77@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	O programa céntrase no estudo das propiedades e da organización interna das manifestacións discursivas escritas (e orais), así como da tipoloxía textual que se establece a partir desa organización. Proponse un estudo fundamentalmente práctico, no que se presentan de maneira sucinta os conceptos necesarios para analizar e producir diferentes tipos de textos.			

Competencias

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoitado nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
C1	Poseer coñecementos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser orixinais e creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Articular estratexias orientadas á creación de texto de diversos tipos dentro do estilo profesional.	A2 C1 C4 D5 D10
Planificar un escrito axeitado ó contexto e ó seu uso profesional.	A2 A5 C4 C6 D10
Amplia-los coñecementos do galego escrito así como das técnicas necesarias para elaborar un bo escrito.	A1 C6 D5

Contidos

Tema

Redacción e construción de textos en galego	<ol style="list-style-type: none">1. O texto: propiedades<ol style="list-style-type: none">a. A adecuaciónb. A coherenciac. A cohesiónd. Os marcadores e conectores discursivos: clasificaciónMarcadores ou conectores lóxicosMarcadores ou conectores estruturaise. Tipos de textos2. O parágrafo3. A puntuación<ol style="list-style-type: none">a. Os signos de puntuación de primeiro réxime: interpretaciónb. Os signos de puntuación de segundo réxime: interpretaciónc. Usos máis frecuentes e indebidos dos signos de puntuación4. A revisión dos textos<ol style="list-style-type: none">a. Niveis de revisión nun textob. Fontes normativas do galegoc. Dúbdas e erros gramaticais5. Consellos para mellora-la comprensibilidade dun texto6. Usos dos tipos<ol style="list-style-type: none">a. Itálica ou cursivab. Versaletac. Grosa ou negra
---	--

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	26	26
Actividades introdutorias	1	0	1
Sesión maxistral	10	20	30
Resolución de problemas e/ou exercicios	9	9	18

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Exercicios que se entregarán ó alumnado para que realice tarefas e que se corruxirán na aula.
Actividades introdutorias	Actividades breves en que se definirán unha serie de termos relativos á lingua escrita.
Sesión maxistral	Explicación teórica dos contidos de cada tema e práctica de exercicios.
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exercicios escritos que o alumno realizará segundo as instrucións que reciba.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Atenderase as dúbdas dos estudantes e das estudantes en titorías individualizadas ou colectivas dacordo coas súas necesidades de aprendizaxe.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exercicios que se resolverán nas sesións de clase. Preguntas de resposta aberta e pechada.	100	A1 A2 A5	C1 C4 C6	D5 D10

Outros comentarios sobre a Avaliación

A segunda edición das actas avaliarase do mesmo xeito que a primeira.

Bibliografía. Fontes de información

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Cassany, D. *La cocina de la escritura*, Anagrama, Barcelona, 1995

Chacón Calval, R. e Rodríguez Alonso, M. *O galego de uso*, SM, Madrid, 2001.

Martín Vivaldi, G. *Curso de redacción. Teoría y práctica de la composición y del estilo*, Paraninfo, Madrid, 2000.

Mouriño Cagide, X. *Curso de técnicas de expresión escrita*, Tambre, A Coruña, 1995

Riveiro, X. *Ortografía do texto*, Santiago de Compostela: Xunta de Galicia., 1997

Serafini, M^a. T. *Cómo se escribe*, Paidós, Barcelona, 1994.

Serrano Serrano, J. *Guía práctica de redacción*, Anaya, Madrid, 2002.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

Indicarase ao longo das sesións presenciais.

Recomendacións

Outros comentarios

O alumnado deberá posuír un nivel básico de galego escrito.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Técnicas de Redacción en Inglés**

Materia	Técnicas de Redacción en Inglés			
Código	V01M094V01105			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	1c
Lingua de impartición	Inglés			
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a	Constenla Bergueiro, Amadeo Gonzalo			
Profesorado	Constenla Bergueiro, Amadeo Gonzalo			
Correo-e	gonzalo@uvigo.es			
Web	http://www.masterlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	Este curso supón un achegamento á lingua escrita en inglés en contextos profesionais. Prestarase especial atención á forma e ao rexistro			

Competencias

Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
C1	Poseer coñecementos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser orixinales e creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C5	Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de manera autónoma basándose en los conocimientos adquiridos y en el uso de las nuevas tecnologías.
C6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
C7	Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
D1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
D10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
D11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Articular estratexias orientadas á creación de informes, correos electrónicos e demais tipos de escrito de estilo profesional	A3 C1 C4 D1 D3
Planificar un escrito de xeito adecuado ao contexto e o seu uso profesional	A3 C4 C6 D10

Ampliar os coñecementos de inglés como lingua escrita así como das técnicas necesaria para levar a cabo A3 un ben escrito

C5
C7
D11

Contidos

Tema	
1. Writing in English	An introduction
2. Writing an email	Types of email
3. Writing a report	Types of report

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	2	6	8
Resolución de problemas e/ou exercicios	9	36	45
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	4	16	20
Actividades introdutorias	1	1	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Breve explicación teórica dos contidos de cada tema seguidos pola práctica de exercicios
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exercicios escritos que o alumnado deberá executar en función das instrucións dadas polo docente.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Exercicios que se entregarán ao alumnado con tarefas concretas para realizar que posteriormente serán corrixidas
Actividades introdutorias	Actividades breves en que o alumnado deberá definir unha serie de termos relacionados coa lingua escrita

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Solventarase calquera dúbida que o alumnado poida plantexar

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia	10	A3 C4 D1 C6 D10
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exercicios concretos sobre temas propostos polo docente que o alumnado deberá resolver	45	C1 D3 C5 D11 C7
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Actividades en que se formulan exercicios relacionados coa materia.	45	C4 D1 C6 D10 D11

Outros comentarios sobre a Avaliación

O plaxio total ou parcial de calquer traballo suporá un suspenso na materia.

A avaliación será de tipo contínuo e o alumnado deberá asistir polo menos ao 80% das sesións presenciais.

A segunda convocatoria constará dunha proba final escrita con varios exercicios para desenvolver, que suporá o 100% da nota final.

Bibliografía. Fontes de información

Emmerson, P., **E-mail English**, McMillan,

Brieger, N., **Writing**, Collins,
Evans, V., **Successful Writing. Proficiency**, Express Publishing,

Recomendacións

Outros comentarios

Recoméndase posuír un nivel intermedio de inglés.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Linguaxe Científica-Técnica				
Materia	Linguaxe Científica-Técnica			
Código	V01M094V01106			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio			
Correo-e	arifon@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	A materia ten como obxectivo o estudo e análise dos documentos máis habituais no ámbito científico e tecnolóxico.			

Competencias

Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
C2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
C7	Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C8	Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
C9	Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionales.
C10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
C11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
D7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
D9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
D10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
D11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Diferenciar as características da linguaxe científica e tecnolóxica fronte a outras linguaxes.	A3 A4 C6 C9 C10 D10
Dominar as técnicas para a redacción, corrección e revisión de textos científicos e técnicos.	A4 C4 C7 D10 D11
Adaptar o texto científico aos distintos niveis de especialización tendo en conta o público obxectivo e o contexto de comunicación.	A3 C2 C4 D7
Aplicar os coñecementos gramaticais, léxicos e culturais á revisión, corrección e redacción de textos científicos e técnicos.	A3 A4 C2 C9 D7
Empregar as ferramentas de información e fontes necesarias para a confección, corrección e revisión de textos de especialidade.	A3 A4 C8 C11 D9

Contidos

Tema	
1. As linguas de especialidade	1.1. Concepto de especialidade. 1.2. Aspectos lingüísticos das linguas de especialidade. 1.3. Niveis de especialización.
2. A redacción de textos tecnico-científicos	2.1. O artigo científico 2.2. O informe 2.3. O artigo de divulgación
3. Ferramentas para a comunicación técnica	3.1. Os procesadores de textos 3.2. Xestores bibliográficos 3.3. Redes sociais

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	1	3	4
Resolución de problemas e/ou exercicios	8	24	32
Foros de discusión	4	14	18
Sesión maxistral	7	14	21

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introdutorias	Actividade teórica e práctica. Farase unha revisión dos conceptos xerais presentes en diversos textos previamente seleccionados.
Resolución de problemas e/ou exercicios	Consistirá na resolución de exercicios e a confección de textos técnicos ou científicos no aula ou fóra dela. Para a súa resolución será necesario aplicar os coñecementos adquiridos ao longo do curso
Foros de discusión	Consistirá na discusión de temas no aula a partir das exposicións das sesións maxistras, da resolución de exercicios e das lecturas
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos conceptos básicos necesarios de cada tema para acadar as competencias da materia

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Prestarase especial coidado á atención personalizada a través da solución dos problemas que teñan os alumnos e alumnas na resolución de exercicios e nos foros de discusión; en todo caso, estableceranse horarios de titorías personalizadas para aqueles que o desexen e tamén consultas en liña.

Foros de discusión	Prestarase especial coidado á atención personalizada a través da solución dos problemas que teñan os alumnos e alumnas na resolución de exercicios e nos foros de discusión; en todo caso, estableceranse horarios de titorías personalizadas para aqueles que o desexen e tamén consultas en liña.
--------------------	---

Avaliación					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Resolución de problemas e/ou exercicios	Esta proba consistirá na resolución de diferentes tipos de exercicios e problemas relacionados con lecturas e, sobre todo, coa confección de textos científicos ou técnicos	90	A3 A4	C2 C4 C6 C7 C8 C9 C10 C11	D7 D9 D10 D11
Foros de discusión	Nestes foros fomentarase a participación dos alumnos e alumnas e valorarase o seu espírito crítico, a súa capacidade argumentativa e todos aqueles aspectos que teñan relación coa expresión oral	10	A3 A4	C2 C4 C6 C7 C8 C9 C10 C11	D7 D9 D10 D11

Outros comentarios sobre a Avaliación

Na primeira convocatoria teranse en conta a resolución dos exercicios e a participación nos foros tal como especifícase arriba.

Na segunda edición das actas valorarase exclusivamente a resolución de problemas ou exercicios.

Bibliografía. Fontes de información

Cassany, D., **Taller de textos**, 2006,
Galán, C, **El discurso tecnocientífico: la caja de herramientas del lenguaje**, 2002,
Gutiérrez Rodilla, B., **La ciencia empieza en la palabra. Análisis e historia del lenguaje cinetífico**, 1998,
Mari Mutt, J. A., **Manual de redacción científica**, 2006,
Vivanco Cervero, V., **El español de la ciencia y la tecnología**, 2006,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Presentacións Eficaces/V01M094V01112

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Técnicas de Redacción en Español/V01M094V01103

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Linguaxe Xurídica-Xudicial				
Materia	Linguaxe Xurídica-Xudicial			
Código	V01M094V01107			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a	Enríquez Salido, Carmen			
Profesorado	Enríquez Salido, Carmen			
Correo-e	mcsalido@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	Esta materia analiza a linguaxe xurídica-xudicial dende un punto de vista teórico e práctico co fin de mellorar a capacidade de expresión e de interpretación neste ámbito.			

Competencias	
Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
C4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
D2	Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Articular estratexias orientadas á creación de textos de carácter xurídico e xudicial co propósito de mellorar a comunicación escrita nestas contornas profesionais.	A2 C4 D2
Ampliar e fixar de forma máis precisa o repertorio léxico xurídico en español.	A3 C4 D2
Capacidade de aprendizaxe autónoma e continuo dos contextos xurídicos e xudiciais relacionados cun proxecto profesional comunicativo.	A2 C4 D2

Contidos	
Tema	
Tema1. Caracterización da linguaxe xurídica e xudicial.	1.1. Precisión, concisión, claridade. 1.2. Terminoloxía. 1.3. Unidades léxicas e gramaticais.
Tema 2. Tipoloxía textual.	2.1. Autos. 2.2. Providencias. 2.3. Sentenzas.
Tema 3. Análise e estudo das resolucións do Tribunal Supremo.	3.1. Civil. 3.2. Penal. 3.3. Social. 3.4. Contencioso-administrativo.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos/análises de situacións	4	2	6

Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	13	13
Sesión maxistral	15	30	45
Traballos e proxectos	1	10	11

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipóteses, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticalo e adestrarse en procedementos alternativos de solución.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	A titoría constitúe a principal referencia educativa para a orientación e seguimento do traballo tanto individual como de equipo. Neste particular espazo educativo, dispoñerán da atención individualizada e do asesoramento que precisen tanto a nivel individual como grupal para solucionar calquera cuestión relacionada coa materia e/ou asesoralos en calquera cuestión do seu interese.
Probas	Descrición
Traballos e proxectos	A titoría constitúe a principal referencia educativa para a orientación e seguimento do traballo tanto individual como de equipo. Neste particular espazo educativo, dispoñerán da atención individualizada e do asesoramento que precisen tanto a nivel individual como grupal para solucionar calquera cuestión relacionada coa materia e/ou asesoralos en calquera cuestión do seu interese.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Proba na que o alumno debe solucionar unha serie de problemas e/ou exercicios nun tempo/condicións establecidas polo profesor. Deste xeito, o alumno debe aplicar os coñecementos que adquiriu. A aplicación desta técnica pode ser presencial e non presencial. Pódense utilizar diferentes ferramentas para aplicar esta técnica como, por exemplo, chat, correo, foro, audioconferencia, videoconferencia, etc.	50	A2 A3	C4	D2
Traballos e proxectos	O estudante presenta o resultado obtido na elaboración dun documento sobre a temática da materia, na preparación de seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc. Pódese levar a cabo de xeito individual ou en grupo, de forma oral ou escrita.	50	A2 A3	C4	D2

Outros comentarios sobre a Avaliación

Seguiranse os criterios establecidos con carácter xeral para a avaliación do alumnado do resente máster. A convocatoria de nullo rexeráse do mesmo xeito que a primeira.

Bibliografía. Fontes de información

Alcaraz, E., **El español jurídico**, 2002,
 Henríquez Salido, María do Carmo; De No Alonso-Misol, Enrique, **Pautas para el análisis del léxico de la jurisprudencia del Tribunal Supremo**, 2005,
 Henríquez Salido, María do Carmo; De No Alonso-Misol, Enrique, **Historia del Léxico Jurídico**, 2010,
 Martín del Burgo y Marchán, Ángel, **El Lenguaje del derecho**, 2000,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Linguaxe Empresarial**

Materia	Linguaxe Empresarial			
Código	V01M094V01108			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Anaya Revuelta, Inmaculada			
Profesorado	Anaya Revuelta, Inmaculada			
Correo-e	ianaya@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	O obxectivo principal desta materia é a adquisición de estratexias e vocabulario específicos que permitan ao estudantado prepararse e defenderse dentro do ámbito do español comercial.			

Competencias

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoitado nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
C1	Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
D1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Adquirir el léxico específico propio del ámbito del español comercial.	A1 D1
Conocer aspectos sociales y culturales del mundo de los negocios en España y en el ámbito internacional.	A1 C1 C6 D1 D5
Saber analizar e interpretar textos y artículos de español técnico y profesional.	A2 A3 C4

Contidos

Tema	
Tema 1. A comunicación escrita na empresa	1.1. Relación co éxito profesional. 1.2. Pasos previos á redacción. 1.3. Organización do texto. 1.4. Redacción e estilo. 1.5. Revisión e corrección do texto.
Tema 2. O correo electrónico	2.1. Características xerais. 2.2. Tipoloxía. 2.3. Análise de casos prácticos. 2.4. Redacción de correos.
Tema 3. A carta	3.1. Características xerais. 3.2. Tipoloxía. 3.3. Análise de casos prácticos. 3.4. Redacción de cartas.
Tema 4. Informes	4.1. Características xerais. 4.2. Tipoloxía. 4.3. Análise de casos prácticos. 4.4. Redacción de informes.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos de aula	4	10	14
Debates	4	4	8
Traballos tutelados	0	15	15
Proxectos	0	14	14
Sesión maxistral	8	16	24

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballos de aula	Actividade práctica. O alumnado participará de forma oral nas sesións presenciais, co propósito de que coñezan a súa propia evolución na aprendizaxe.
Debates	Actividade práctica. Ao longo das sesións presenciais vanse propor algúns temas sobre a linguaxe empresarial acerca dos que os discentes e a docente terán que debater.
Traballos tutelados	Actividade práctica. O estudiantado terá que realizar análises, interpretación e composición de textos propios do español no ámbito empresarial.
Proxectos	Actividade práctica. Traballo escrito centrado en textos relacionados coa linguaxe empresarial.
Sesión maxistral	Actividade teórica. A docente exporá nestas sesións maxistrais os principais contidos relacionados coa materia.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	No relativo aos traballos tutelados e á realización do proxecto final, a docente destinará un tempo de atención personalizada.
Proxectos	No relativo aos traballos tutelados e á realización do proxecto final, a docente destinará un tempo de atención personalizada.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
			A1	C1	D1
Traballos de aula	O alumnado participará activamente nas sesións presenciais co propósito de que coñezan a súa propia evolución na aprendizaxe.	50	A1 A3		D1
Proxectos	Consistirá nun traballo escrito baseado en textos relacionados coa linguaxe empresarial.	50	A2 A4	C1 C4 C6	D5 D7

Outros comentarios sobre a Avaliación

Na segunda edición de actas o alumnado terá que facer un traballo (50%) e unha proba escrita (50%).

Bibliografía. Fontes de información

ANDERSEN, Arthur, **Diccionario Espasa: Economía y Negocios**, Madrid, Espasa,

CADIÑANOS FERNÁNDEZ, Alberto y Estilita RIESCO DE DIOS, **Comunicación y relaciones profesionales**, Mc Graw Hill,

CUEVA GONZÁLEZ, Marcos I., **El lenguaje de los bancos**, México, Editorial PAC,

HIMSTREET y BATY, **Guía práctica para la redacción de cartas e informes en la empresa**, Bilbao: Deusto,

LÓPEZ, SINDA & Donald WATT (eds.), **The Oxford Business Spanish Dictionary**, New Cork, Oxford University Press,

PORTOCARRERO, Felipe y Natalia GIRONELLA, **La escritura rentable**, Madrid: SM,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Linguaxe nas Industrias Culturais**

Materia	Linguaxe nas Industrias Culturais			
Código	V01M094V01109			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	1c
Lingua de impartición	Lingua española			
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Rodríguez Gallardo, Ángel			
Profesorado	Rodríguez Gallardo, Ángel			
Correo-e	anrogall@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	A materia ten como obxectivo o dominio dos procesos lingüísticos e comunicativos que son propios das industrias culturais e creativas.			

Competencias

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoitado nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
C2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C7	Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C9	Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionales.
D7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
D9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
D11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Dominar a retórica cultural e os xéneros textuais propios das industrias culturais.	A1 A2 C2 C7 D7
Desarrollar a capacidade de aprendizaxe autónoma para elaborar todo tipo de proxectos relacionados coa comunicación nas industrias culturais.	A3 A4 D7 D9
dominio do repertorio léxico cultural en español para empregalo no ámbito das industrias culturais.	A2 A3 C9 D11

Contidos	
Tema	
1. Las industrias culturales.	1.1. Definición y tipos. Las industrias creativas.
2. El lenguaje en las industrias culturales clásicas: editorial, discográfica, cinematográfica, televisiva y mercado del arte.	2.1. Características generales. 2.2. Léxico cultural. 2.3. Géneros textuales: promociones, reseñas, críticas, catálogos, informes, carteles. 2.4. Retórica cultural.
3. El lenguaje en las industrias creativas emergentes: moda, belleza, planificación urbana, gastronomía, ocio y turismo.	3.1. Características generales. 3.2. Léxico y áreas temáticas. 3.3. Recursos de implicación del interlocutor. 3.4. Géneros textuales: guías turísticas, folletos, artículos de divulgación y promoción, informes, catálogos. 3.5. Retórica creativa.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	1	0	1
Seminarios	2	0	2
Sesión maxistral	8	0	8
Estudo de casos/análises de situacións	5	10	15
Traballos tutelados	2	12	14
Proxectos	1	30	31
Presentacións/exposicións	1	3	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Actividades introdutorias	Presentaranse as liñas fundamentais do curso.
Seminarios	Realizarase un seminario cun experto ou cunha experta nas industrias culturais.
Sesión maxistral	O docente explicará as cuestións fundamentais do temario da asignatura.
Estudo de casos/análises de situacións	Plantearanse casos de estudo e situacións para analizar relacionadas coas industrias culturais.
Traballos tutelados	Os alumnos e as alumnas realizarán traballos dirixidos polo docente e recibirán asesoramento sobre a forma e o contido.
Proxectos	Os alumnos e as alumnas escollerán unha cuestión de análise ou estudo para realizar un traballo ao longo de curso.
Presentacións/exposicións	Os alumnos e as alumnas defenderán oralmente o traballo preparado ao longo do curso.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Para a realización de traballos tutelados, de exercicios e de traballos/proxectos e para a resolución de problemas ou estudos de casos, reservárase un tempo de atención personalizada co fin de atender e resolver as dúbidas do alumnado.
Proxectos	Para a realización de traballos tutelados, de exercicios e de traballos/proxectos e para a resolución de problemas ou estudos de casos, reservárase un tempo de atención personalizada co fin de atender e resolver as dúbidas do alumnado.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Estudo de casos/análises de situacións	Os alumnos e as alumnas realizarán análises de estudos de caso e de situacións relacionadas co temario da materia.	15	A1 A3	C2 C9	
Traballos tutelados	Os alumnos e as alumnas realizarán pequenos traballos de preparación ao proxecto de curso.	20	A2	C7	D7 D11
Proxectos	Os alumnos e as alumnas realizarán un proxecto entre varios temas de traballo e análise.	50	A1 A4	C9	D9
Presentacións/exposicións	Os alumnos e as alumnas defenderán de forma oral actividades, problemas, exercicios, traballos ou proxectos preparados de xeito individual ou en grupo.	15	A2 A4	C7	D7

Outros comentarios sobre a Avaliación

Os alumnos e as alumnas deben sumar un 80% da presencialidade global e deben alcanzar cando menos unha puntuación media en todos os aspectos metodolóxicos.

Bibliografía. Fontes de información

Bustamante, Enrique (dir.), **Comunicación y cultura en la era digital : industrias, mercados y diversidad en España**, Barcelona: Gedisa,

Bustamante, Enrique (Coord.), **Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital**, Barcelona: Gedisa,

Bustamante, Enrique (dir.), **Cultura y comunicación para el siglo XXI : diagnóstico y políticas públicas**, La Laguna (Tenerife) : IDECO,

Barker, Chris, **Cultural Studies. Theory & Practice**, Sage Publications,

Calvi, Maria Vittoria & Cristina Bordonaba Zabalza y Giovanna Mapelli, **Las lenguas de especialidad en español**, Roma: Carocci,

Comisión Europea, **Green Paper Unlocking the potential of cultural and creative industries**,

Fernández Quijada, David, **Industrias culturales en el entorno digital: una reformulación desde la praxis comunicativa**, Zer, 22, 119-140,

Gámir Orueta, Agustín, **La industria cultural y los grupos multimedia en España, estructura y pautas de distribución territorial**, Anales de Geografía, 25, 179-202,

Gironella, N. y Felipe Portocarrero, **La escritura rentable. La eficacia de la palabra en la empresa**, Madrid: SM,

Martel, Frédéric, **Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas**, Madrid: Taurus,

Portocarrero, Felipe y Gironella, Natalia, **Redacción productiva**, A Coruña: Netbiblo,

Sánchez Lobato, Jesús (coord.), **Saber escribir**, Madrid: Aguilar,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Facilitadores e Barreiras na Comunicación				
Materia	Facilitadores e Barreiras na Comunicación			
Código	V01M094V01110			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Dpto. Externo Lingua española			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio Varela Romero, Belén			
Correo-e	arifon@uvigo.es			
Web	http://www.masterenlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	Esta asignatura facilita a los alumnos el conocimiento y desarrollo de la técnica asertiva como método de gestión de conflictos.			

Competencias	
Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
C10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
C11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
C12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
D3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
D8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Coñecer as dificultades máis frecuentes na comunicación e saber adoptar as actitudes axeitadas para a xestión de conflitos interpersoais e de equipo	A2 C10 C11 D3 D7
Desenvolver a capacidade de comunicación en equipos interdisciplinares con perfís persoais, formativos e profesionais moi diversos.	A3 C11 C12 D3 D5 D7 D8

Contidos
Tema

Materia: Facilitadores e barreras na comunicación:

- 1.1. Introducción á Intelixencia emocional.
- 1.2. A IE nas relacións empresariais.

1. A intelixencia emocional e social

2. Bases do conflito verbal.

2.1. A linguaxe como elemento coordinador de accións.

2.2. Os individuos como fenómenos sociais

2.3. O poder das conversacións

2.4. Emocións e estado de ánimo

3. Competencias de interacción positiva

3.1. Empatía e asertividade

3.2. Traballo en equipo e liderazgo

Materia: Comunicación interna

1.1. Canles de Comunicación.

1.2. Matriz de diagnóstico e optimización das canles de comunicación na empresa.

1. A comunicación interna na empresa.

2. Endomarketing e comunicación interna

2.1. A comunicación interna como elemento de fidelización do talento.

2.2. Xestión da felicidade no traballo

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos de aula	10	3	13
Traballos de aula	7	51	58
Traballos de aula	2	1	3
Actividades introdutorias	1	0	1

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballos de aula	Exercicios prácticos realizados na aula
Traballos de aula	Exercicios prácticos de dinámicas de grupo
Traballos de aula	Exercicios prácticos e dinámicas de grupo
Actividades introdutorias	Actividades destinadas a introducir os contidos do curso

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos de aula	Prestarase atención personalizada ao alumnado durante os exercicios prácticos

Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Traballos de aulaA avaliación constará de 50% exercicios prácticos e 50% traballo en equipo	100 A2 A3	C10 C11 C12 D3 D5 D7 D8

Outros comentarios sobre a Avaliación

A segunda edición das actas constará dunha proba única sobre os contidos impartidos durante o curso.

Bibliografía. Fontes de información

Castanyer Olga y Ortega, Estela, **¿Por qué no logro ser asertivo?**, Desclee de Brouwer,

Echeverría Rafael, **Ontología del lenguaje**, Granica,

Guix, X., **Ni me explico ni me entiendes: los laberintos de la comunicación**, Urano,

Peñalver, O., **Emociones colectivas: Inteligencia emocional de los equipos**, Alienta,

Salanova, M. y Schaufeli, W., **El engagement en el trabajo**, Alianza editorial,

Smith, M.J., **Cuando digo no, me siento culpable**, DeBolsillo,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Comunicación Non Verbal**

Materia	Comunicación Non Verbal			
Código	V01M094V01111			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego Inglés			
Departamento	Dpto. Externo Lingua española			
Coordinador/a	Anaya Revuelta, Inmaculada			
Profesorado	Anaya Revuelta, Inmaculada Rodríguez Fernández, Alfonso			
Correo-e	ianaya@uvigo.es			
Web	http://fatic@uvigo.es			
Descrición xeral	Esta materia está orientada a que o alumno desenvolva os principios técnicos da comunicación eficaz e as claves da comunicación non verbal a nivel interpersonal como nas súas exposicións en público. O alumno aprenderá a tomar conciencia dos hábitos posturais e a explorar as posibilidades expresivas do corpo; aprenderá a adestrar a voz mediante técnicas de emisión e proxección vocal e a analizar e a manexar o espazo de acción e a posta en escena durante unha presentación. Recoñecerá e manexará axeitadamente os sinais non verbais en ámbitos comunicativos concretos: presentacións, negociacións, entrevistas de traballo, etc.			

Competencias

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoitado nun contexto de investigación.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
C1	Poseer coñecementos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser orixinais e creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C3	Integrar coñecementos y poder desenvolver un proceso de comunicación sólido a partir de una información que, aunque sea incompleta, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas al proceso comunicativo.
C6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
C11	Manejar con eficacia un amplo abanico de ferramentas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
C12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir coñecementos en distintas áreas de la comunicación profesional.
D1	Aprender a desenvolver y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturais con el fin de evitar problemas en la comunicación.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Posuír coñecementos esenciais sobre a comunicación eficaz.	A1 C1 C2 D1 D4
Coñecer o impacto da comunicación non verbal en distintos ámbitos comunicativos: presentacións, entrevistas de traballo, reunións de negocios, etc.	A4 C3 C6 D4 D5
Manexar con eficacia un amplo abano de ferramentas da comunicación no contexto de relacións interpersoais (comunicación non verbal, espazo, proxemia, intención, presenza, voz).	A4 C11 C12 D5 D11
Realizar unha presentación individual na que se poñan en práctica as ferramentas aprendidas de comunicación eficaz (presencia, voz, corpo, estrutura do discurso).	A1 C2 C11 D4 D5

Contidos

Tema	
1.Claves da comunicación eficaz	1.1 Principios da comunicación 1.2 Funcións básicas do discurso 1.3 Claves da comunicación eficaz
2 A comunicación non verbal	2.1 Kinésica 2.2 Proxémica. 2.3 Microxestos 2.4 Entrevistas e xogos de poder
3. Adestramento da voz.	3.1 Técnicas de emisión e proxección vocal. 3.2 As pausas e o silencio. 3.3 Paralenguaxe.
4. Presentacións prácticas.	4.1 Presencia 4.2 Voz 4.3 Preparación e estrutura do discurso 4.4 Improvisación

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	1	0	1
Sesión maxistral	8	16	24
Presentacións/exposicións	11	22	33
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	0	17	17

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introdutorias	Actividades encamiñadas a tomar contacto e reunir información sobre o alumnado, así como a presentar a materia.
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e directrices do traballo a desenvolver polo estudante.
Presentacións/exposicións	Exposición por parte do alumnado ante o docente e o grupo de estudantes dun tema sobre os contidos da materia ou dos resultados dun traballo ou exercicio.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	As titorías levaránse a cabo no lugar e horario indicados no centro. Tamén se poderán realizar por correo electrónico á dirección do profesor indicando en asunto: Titorías: Máster en Lingua e Comunicación nos Negocios.
Presentacións/exposicións	As titorías levaránse a cabo no lugar e horario indicados no centro. Tamén se poderán realizar por correo electrónico á dirección do profesor indicando en asunto: Titorías: Máster en Lingua e Comunicación nos Negocios.

Avaliación					
	Descrición		Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Sesión maxistral	Presentación de contidos teóricos, de traballos e exercicios a realizar.	25	A1 A4	C1 C2 C3 C6 C11 C12	D1 D4 D5 D11
Presentacións/exposicións	Os alumnos realizarán unha presentación individual sobre as diferenzas culturais entre España e un país da súa elección.	50	A1 A4	C1 C2 C3 C6 C11 C12	D1 D4 D5 D11
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Presentación de traballos, exercicios e tarefas asignadas ao longo do módulo.	25	A1 A4	C1 C2 C3 C6 C11 C12	D1 D4 D5 D11

Outros comentarios sobre a Avaliación

As materias 2 e 3 deste módulo serán avaliadas conxuntamente pola complementariedade dos seus contidos.

Os alumnos poderán realizar as súas exposicións en inglés, español e galego.

A segunda edición das actas consistirá nunha proba única escrita sobre os contidos da materia.

Bibliografía. Fontes de información

Calais-Germain, Blandine, **La respiración. El gesto respiratorio**, Liebre de Marzo,
 Carnegie, D., **Cómo hablar bien en público**, Barcelona: Edictorial Elipse,
 Collett, P., **El libro de los indicios delatores.**, Barcelona: Robin Books,
 Berry, C., **La voz y el actor**, Barcelona: Alba Editorial,
 Davis, F., **La comunicación no verbal**, Madrid: Alianza Editorial,
 Dilts, R, **El arte de comunicar.**, Barcelona: Rigden Institute Gestalt,
 James, J., **La biblia del lenguaje corporal.**, Barcleona: Paidós,
 Lakhani, D., **Persuasión, el arte de influir y obtener lo que desea.**,
 Navarro, J., **La inteligencia no verbal.**, Barcelona: Editorial Viceversa,
 Pease, A. y B., **El lenguaje del cuerpo.**, Barcelona: Amat Editorial,
 Perez de las Heras, M., **¿Estás comunicando? 112 claves para comunicar con PNL e Inteligencia Emocional.**, Madrid: editorial Lid,

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Comunicación Intercultural/V01M094V01113
 Facilitadores e Barreiras na Comunicación/V01M094V01110
 Presentacións Eficaces/V01M094V01112

Outros comentarios

No existen requisitos previos.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Presentacións Eficaces				
Materia	Presentacións Eficaces			
Código	V01M094V01112			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Departamento da Escola de Negocios Afundación (Vigo) Dpto. Externo			
Coordinador/a	Puentes Rivera, Iván			
Profesorado	Puentes Rivera, Iván			
Correo-e	ivanpuentes@gmail.com			
Web	http://faitic@uvigo.es			
Descrición xeral	Avaliarase e traballarase a capacidade oratoria do alumnado e adquiriranse os coñecementos necesarios para planificar e executar unha correcta exposición pública no ámbito empresarial.			

Competencias	
Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
C2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C8	Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
D1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar e autoavaliar as fortalezas e debilidades persoais para potenciar as destrezas comunicativas orais.	A5 C2 C4 D1
Recoñecer e manexar adecuadamente os sinais non verbais na comunicación en público.	A5 C2 C8 D5
Comprender e desenvolver as estratexias necesarias para levar a cabo presentacións eficaces e persuasivas en distintos contextos profesionais tanto en lingua materna como nunha contorna cultural diferente.	A1 A2 A4 C4 C8 D1 D5

Contidos
Tema

1. Eficacia das presentacións	1.1. Que é unha presentación? 1.2. Como son actualmente as presentacións? 1.3. Os 7 pecados capitais dunha presentación. 1.4. Consecuencias dunha mala presentación. 1.5. Cualidades do bo orador. 1.6. A importancia da imaxe. 1.7. A linguaxe corporal. 1.8. A linguaxe oral. Como falamos e que dicimos. 1.9. A linguaxe escrita. 1.10. Como chegar a ser un bo orador? 1.11. A importancia da actitude.
2. Capacidade oratoria e comunicativa individual	2.1. Preparación dunha exposición individual sobre un tema concreto. 2.2. Vencer o pudor. Falar de nós mesmos en público. 2.3. Actitude ante as cámaras e os medios de comunicación. 2.4. Impacto xeral da linguaxe corporal na capacidade de persuasión. 2.5. Identificación de puntos fortes e débiles persoais: postura corporal, xestión do movemento, linguaxe de mans, extremidades inferiores, contácto visual e cualidade vocal. 2.6. Autoevaluación previa e posterior da capacidade oratoria e comunicativa. 2.7. Identificación de xestos delatores na audiencia.
3. Técnicas para a construción de presentacións eficaces	3.1. En que nos debemos fixar? 3.2. O propósito. 3.3. A audiencia e as circunstancias. 3.4. A planificación. 3.5. O comezo. 3.6. O desenvolvemento. 3.7. A conclusión. 3.8. Ferramentas de apoio: PowerPoint, Prezzi, Youtube, Hangouts.
4. O medo, os nervios e a ansiedade	4.1. Obxectivo: estado de fluxo. 4.2. Identificación do medo. 4.3. Reducir o nerviosismo. 4.4. Estratexias para vencer o medo. 4.5. Relaxación.
5. Presentacións en grupo	5.1. Planificación grupal do traballo. 5.2. Adaptación a diversos contextos comerciais, empresariais e culturais. 5.3. Fontes de información. 5.4. Compartir unha exposición. 5.5. Trato directo e persuasivo con clientes potenciais.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	9	18	27
Presentacións/exposicións	11	20	31
Prácticas externas	0	17	17

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Sesións teóricas impartidas na aula
Presentacións/exposicións	Exposicións orais polos alumnos
Prácticas externas	Prácticas fora da aula

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Presentacións/exposicións	As presentacións fóra da aula terán apoio docente personalizado.

Avaliación					
	Descrición		Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
	Presentacións/exposicións Consistirá nunha proba onde se avaliarán as destrezas de comunicación oral.	100	A1 A2 A4 A5	C2 C4 C8	D1 D5

Outros comentarios sobre a Avaliación

A segunda edición de actas rexeráse polos mesmos principios de avaliación que a primeira.

Bibliografía. Fontes de información

Carbonell, R, **Presentaciones eficaces en público**, Edaf,
 Suñén, M, **Como enamorar hablando en público**, Mira,
 Jamardo, B & García, M, **La comunicación no verbal en el mundo de los negocios**, Universidad de vigo,
 Shel, L, **Hablar como Obama**, Profit,
 Eurice, J, **Alíate con el miedo**, Urano,
 Weissman, J, **Presenting to win**, Pearson,
 Gallo, C, **Los secretos de Steve Jobs**, Mac Graw Hill,
 Harvard Business Press, **Como hacer presentaciones**, Impact Media,
 Cano, I, **El don de la palabra**, Thomson,
 Reynolds, G, **Presentations Zen**, Pearson,
 Ramon, F, **La isla de los cinco faros**, RBA,
<http://www.mondofacto.com/>,
<http://www.garreynolds.com/>,
<http://www.eduteka.org/>,
 Donovan, Jeremey, **Método TED para hablar en público : los secretos de las conferencias que triunfan en todo el mundo**, Ariel,
 Collard, Gilbert, **El arte de hablar en público : secretos desvelados de los oradores**, Mensajero,
 Laborda, Javier, **De retórica : la comunicación persuasiva**, UOC,
 Castro Maestre, María del Mar, **Técnicas para hablar en público : guía para una comunicación eficaz**, Protocolo,
 Manchester Open Learning, **Cómo hacer presentaciones eficaces**, Gestión 2000,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación Non Verbal/V01M094V01111
 Comunicación Persuasiva/V01M094V01202

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación Non Verbal/V01M094V01111
 Comunicación Persuasiva/V01M094V01202
 Facilitadores e Barreiras na Comunicación/V01M094V01110
 Técnicas de Redacción en Español/V01M094V01103

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación Intercultural				
Materia	Comunicación Intercultural			
Código	V01M094V01113			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Dpto. Externo Lingua española			
Coordinador/a	Rodríguez Gallardo, Ángel			
Profesorado	Maiz Bar, Carmen Rodríguez Gallardo, Ángel			
Correo-e	anrogall@uvigo.es			
Web	http://fatic@uvigo.es			
Descrición xeral	Esta materia está orientada a que o alumno se sensibilice sobre a importancia das diferencias culturais na comunicación humana en todos os ámbitos profesionais e que saiba analizar e aplicar modelos fiables de análise para relacionarse con profesionais doutras culturas.			

Competencias

Código	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
C2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C3	Integrar conocimientos y poder desarrollar un proceso de comunicación sólido a partir de una información que, aunque sea incompleta, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas al proceso comunicativo.
C5	Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de manera autónoma basándose en los conocimientos adquiridos y en el uso de las nuevas tecnologías.
C6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
C12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
D1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
D9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
D11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Ser capaz de aplicar un modelo científico de análisis del perfil cultural de los diferentes países con los que el alumno se pueda relacionar en su puesto de trabajo.	A4 C2 C6 C12 D1 D4 D11

Conocer e interiorizar el impacto multicultural en diversos ámbitos de la comunicación empresarial.	A4 A5 C2 C3 C6 C12 D1 D4 D5 D11
---	--

Familiarizarse y saber utilizar de modo eficaz las principales diferencias culturales entre España y otros países, dando preferencia a aquellos con los que se llevan a cabo más frecuentemente operaciones internacionales.	A4 C2 C3 C6 C12 D1 D4 D5 D6 D11
--	--

Conocer y saber utilizar recursos bibliográficos y fuentes web fiables para la preparación de encuentros con profesionales de otras culturas	A4 A5 C5 C6 D1 D4 D5 D9
--	--

Contidos

Tema	
1. Introducción	1.1.Cultura, conceptos básicos 1.2.Globalización, multiculturalidade, interculturalidade 1.3.Teoría e práctica da comunicación intercultural
2. Dimensións (inter)culturais	2.1.O modelo Hofstede 2.2.Outros modelos, estudos e perspectivas
3. Comunicación e comunicación intercultural	3.1.Partamos do marketing 3.2.Centrémonos na comunicación 3.3.Comunicando entre culturas 3.4.Intelixencia cultural
4. Aplicacións/Implicacións: a comunicación intercultural no mundo dos negocios	4.1.Publicidade 4.2.Relacións públicas e eventos 4.3.Marketing online e redes sociais 4.4.Venta persoal e presentacións 4.5.Reunións e negociacións 4.6.Nation branding

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Debates	3	1	4
Estudo de casos/análises de situacións	3	6	9
Presentacións/exposicións	4	16	20
Traballos tutelados	0	12	12
Sesión maxistral	10	20	30

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Debates	Aspectos e perspectivas da comunicación intercultural.
Estudo de casos/análises de situacións	Aplicación das teorías a casos e situacións específicas.
Presentacións/exposicións	Presentacións e exposicións relacionadas coa materia.
Traballos tutelados	En relación directa coa materia.
Sesión maxistral	Presentación dos temas incluídos no programa.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Presentacións/exposicións	Proporcionanse guías e materiais para a elaboración dos traballos e presentacións. Ademais, atenderanse consultas e dúbidas durante o curso.
Traballos tutelados	Proporcionanse guías e materiais para a elaboración dos traballos e presentacións. Ademais, atenderanse consultas e dúbidas durante o curso.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Debates	Deste epígrafe valorarase a presencialidade nas aulas nun 25% e a participación nos debates e discusións noutro 25% ate completar o 50% da avaliación	50	A4 A5	C2 C3 C5 C6 C12	D1 D4 D5 D6 D9 D11
Traballos tutelados	Traballos e presentacións/exposicións realizados polo alumnado, relacionados co temario da materia.	50	A4 A5	C2 C3 C5 C6 C12	D1 D4 D5 D6 D9 D11

Outros comentarios sobre a Avaliación

As exposicións e os traballos poderanse realizar en inglés, español ou galego.

A segunda convocatoria consistirá na realización dunha proba escrita sobre os contidos do curso.

Bibliografía. Fontes de información

De Mooij, M., **Global marketing and advertising: understanding cultural paradoxes.**, Thousand Oaks, California: Sage,

Hofstede, G., Hofstede G.J. & Minkov, M., **Cultures and organizations: software of the mind.**, New York: McGraw-Hill,

Keegan, W. J. & Green M.C., **Global marketing.**, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education,

Rodrigo Alsina, M., **Comunicación intercultural.**, Rubí, Barcelona: Anthropos,

A bibliografía máis específica ampliarase durante o curso.

Recomendacións

Outros comentarios

O uso de materiais en inglés fai moi recomendable ter coñecementos previos do idioma para cursar a materia.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Comunicación Institucional e Política**

Materia	Comunicación Institucional e Política			
Código	V01M094V01201			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Ruas Araújo, Jose			
Profesorado	Ruas Araújo, Jose			
Correo-e	joseruas@uvigo.es			
Web	http://www.masteren leguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	Aproximación á comunicación nun sentido amplo desde as perspectivas xornalística, publicitaria e propagandística. Marketing político: o discurso (elaboración e exposición), a comunicación *verbal e non *verbal nas *comparecencias públicas e comunicación de crise. Comunicación persuasiva: identidade corporativa, linguaxe na mensaxe publicitaria (redacción publicitaria, briefing, creatividade e arte). Redacción xornalística, publicacións de empresa e técnicas da mensaxe interna e externo. Tamén haberá unha introdución ao recurso audiovisual e multimedia na nova comunicación de empresa.			

Competencias

Código				
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoitado nun contexto de investigación.			
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.			
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.			
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.			
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.			
C1	Poseer coñecementos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser orixinais e creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.			
C2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.			
C11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.			
D1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.			
D3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.			
D6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.			
D7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.			
D8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.			
D9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.			

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Aprendizase da teoría e das técnicas de comunicación política e electoral a través de casos prácticos: estudos de mercado, deseño de estratexias, etc.	A1 A2 A3 C1 C2 D1 D3
--	--

Aprender a discentir a comunicación das institucións públicas das privadas e a publicidade institucional da propaganda electoral para lograr as destrezas e habilidades para a práctica da comunicación institucional e política.	A4 A5 C11 D6 D7 D8 D9
---	---

Contidos

Tema	
1. Comunicación Política	1.1. Investigación e Planificación dunha campaña electoral 1.2. A execución dunha campaña electoral 1.2.1. Técnicas de elaboración e presentación dun discurso político 1.2.2. Técnicas de presentación ante os medios de comunicación 1.2.3. Técnicas de comunicación non verbal
2. Comunicación Institucional	2.1. Evolución da comunicación institucional en América e Europa 2.1.2. O caso de España e Galicia 2.2. Publicidade Institucional versus Propaganda Electoral: leis e normas 2.3. Comunicación de Goberno 2.3.1. A Publicidade das Administracións Públicas 2.3.2. Comunicación de Crise

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos/análises de situacións	2	6	8
Debates	1	4	5
Sesión maxistral	7	21	28
Obradoiros	6	18	24
Probos prácticos, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	1	3	4
Traballos e proxectos	1	5	6

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Estudo de casos dados e situacións propostas de situacións
Debates	Debates sobre os temas tratados no curso
Sesión maxistral	Explicacións dos contidos do curso
Obradoiros	Exercicios sobre temas concretos tratados no curso

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Obradoiros	Os alumnos recibirán atención individualizada ou en grupo en forma de tutorías para calquera dos aspectos da planificación docente.
Estudo de casos/análises de situacións	Os alumnos recibirán atención individualizada ou en grupo en forma de tutorías para calquera dos aspectos da planificación docente.
Debates	Os alumnos recibirán atención individualizada ou en grupo en forma de tutorías para calquera dos aspectos da planificación docente.
Sesión maxistral	Os alumnos recibirán atención individualizada ou en grupo en forma de tutorías para calquera dos aspectos da planificación docente.

Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
------------	---------------	---------------------------------------

Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Probas prácticas sobre os temas tratados no curso	50
Traballos e proxectos	Tareas sobre os temas tratados	50

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

- AA.VV. (2009), **El debate de los debates 2008**, Academia de TV,
- AA.VV.(2008), **Spots Electorales. El espectáculo de la democracia**, Instituto de Cultura del Ayuntamiento de Barcelona,
- AA.VV. (2006), **Información, opinión e propaganda na prensa galega durante as primeiras eleccións da democracia**, Edicións Lea,
- Arceo Vacas, J.L. (dir.) (1993), **Campañas electorales y publicidad política en España (1976-1991)**, Dirección General de Medios de Comunicación Social,
- Arregui, J.A.(2009), **Porel cambio. 30 años de propaganda política en España**, Comunicación Social,
- Arroyo, Luis (2012), **El poder político en escena. Historia, estrategias y liturgia de la comunicación política**, RBA,
- Barranco, F.J. (2010), **Marketing político y electoral**, ESIC-Pirámide,
- Castells, M. (2009), **Comunicación y Poder**, Alianza Editorial,
- Costa Badía, Pere Oriol (2008)(com.), **Cómo ganar unas elecciones. Comunicación y movilización en las campañas electorales**, Paidós,
- Fernández Campo, S. (2003), **Los discursos del poder. Palabras que cambiaron el curso de la Historia**, Belacqva,
- Harfoush, R. (2009), **Yes We Did. Cómo construimos la marca Obama a través de las redes sociales**, Gestión 2000,
- Maarek, Philippe, J. (2009), **Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política**, Paidós Comunicación,
- Rúas Araújo, J. (2011), **Manual del Candidato Electoral**, Catarata,
- Rúas, X.; e Díaz, A. (2011), "Publicidad política negativa: nuevos recursos para la vieja propaganda". En: **Campos Freire, F. Comunicación y Gobernanza en Europa**, Universitas,
- Rúas, X. e Dapena, B. (2011), "Los diputados del Parlamento gallego en Facebook". En: **REDMARKA-CIECID, Revista online de Marketing Aplicado y Comunicación, Universidad de A Coruña, nº7, pp. 77-106**,
- Rúas, J. (2012), **La creciente importancia del voto latino en las elecciones presidenciales de USA**, Revista Análisi, nº 45, junio,
- Rúas Araújo (2008), **Quero ser presidente. Claves da comunicación electoral**, Alvarellos Editora,
- Bloque de Comunicación Institucional;
- AA.VV. (2000), **Comunicación pública: la información administrativa al ciudadano**, Marcial Pons,
- Canel, M.J. (2007), **Comunicación de las instituciones públicas**, Tecnos,
- Cebrián Herreros, M. (2012), **Periodismo empresarial e institucional**, Comunicación Social,
- Lindon, D. (1997), **Maketing político y social**, Tecnolibro,
- Lucas Marín, A. (1997), **La comunicación en la Empresa y las organizaciones**, Bosch,
- Martín Martín, F. (1999), **Comunicación Empresarial e Institucional**, Editorial Universitas,
- Sabés Turmo, F.; Verón Lassa, J.J. (2008), **La gestión de la información en la administración local**, Comunicación Social,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación e Linguaxe/V01M094V01102

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Comunicación Persuasiva/V01M094V01202

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación Periodística/V01M094V01203

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación Persuasiva				
Materia	Comunicación Persuasiva			
Código	V01M094V01202			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Gutiérrez González, Pedro Pablo			
Profesorado	Gutiérrez González, Pedro Pablo			
Correo-e	pablogtz@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Trátase dunha materia profundamente ligada ao deseño gráfico publicitario e á súa relación coa impresión, ben sexa nos medios, artes gráficas, cartelismo ou calquera manifestación necesitada destas técnicas. A tipografía, a cor, os medios impresos, as artes gráficas, as publicacións de empresa e unha introdución ao deseño gráfico, conforman a columna vertebral da materia.			

Competencias	
Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
C1	Poseer coñecimentos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C7	Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Analizar os procesos encamiñados á elaboración das mensaxes publicitarias nos distintos soportes e medios de comunicación, da xeneración da idea ao seu emprazamento e posterior avaliación.	A2 C11
Planificar as estratexias e procesos encamiñados á creación e realización de mensaxes publicitarias.	C1 D5
Elaborar o produto publicitario e desenvolver a capacidade para elixir o máis axeitado a cada necesidade estratéxica.	A2 C11
Desenvolver a capacidade de traballo individual e en equipo, para presentar con solvencia propostas e proxectos aos clientes.	C7 D7

Contidos	
Tema	
Tema 1. A comunicación persuasiva.	Concepto xeral. Comunicación persuasiva aplicada: A publicidade . Os produtos publicitarios. Os servizos de axencia na publicidade. Aspectos fundamentais da comunicación persuasiva: 10 claves.
Tema 2. A creación dunha Identidade Corporativa Gráfica	Principios xerais da identidade corporativa gráfica. Os compoñentes da identidade corporativa gráfica. Traballo sobre o nome da marca. Estructuras elementais: A linguaxe das formas. Logotipo e símbolo. Estudos de valoración e de aplicacións. Presentación ao cliente. Modalidades de presentación. Manual corporativo gráfico simple. Manual corporativo gráfico complexo.

Tema 3. Aspectos xerais da composición. Introducción ao deseño gráfico.	Apuntamentos sobre a percepción. Compoñentes básicos do proceso visual. Aspectos sensoriais e comunicacionais da cor. Dinámica, sensación e significado das cores. Estética e estilo na composición gráfica. Consideracións sobre o deseño gráfico publicitario.
Tema 4. A imaxe persoal.	A comunicación persuasiva no desenvolvemento da imaxe persoal. Aspectos do traballo en publicidade electoral. Relato dunha campaña: recursos e ferramentas.
Tema 5. A persuasión desde os sentidos.	Uso dos elementos sensoriais na creación de pezas e eventos. A mercadotecnia experiencial. Os criterios principais da creatividade aplicada.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos tutelados	5	10	15
Presentacións/exposicións	2	10	12
Sesión maxistral	3	8	11
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	5	10	15
Traballos e proxectos	5	17	22

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballos tutelados	A case totalidade serán de carácter individual, aínda que existirá algún colectivo. Os seus contidos estarán estreitamente vinculados a todos os pasos que segue o produto publicitario impreso, desde a súa contratación inicial á súa inserción nos distintos medios e soportes.
Presentacións/exposicións	As presentacións dos traballos individuais será ao profesor. Ademais, a calidade da presentación terá unha importancia similar aos seus contidos. Os traballos que se realicen colectivamente, de calquera natureza, conclúen coa súa presentación ao resto da clase. Tamén ditas presentacións teñen a súa cualificación formal, independentemente dos contidos.
Sesión maxistral	A parte teórica da materia, explicarase en sesións de clase maxistral, aínda que coa participación dos alumnos e apoio de abundante material sonoro e audiovisual.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	A atención personalizada é incuestionable nesta materia, tendo en conta que a maior parte dos traballos son individuais. Adóitase aplicar o principio de que non hai suspensos, hai traballos que rexeitaría un cliente de publicidade. Nese sentido, todos dispoñen dunha relación personalizada que facilita as indicacións pertinentes para mellorar o traballo e volvelo a presentar.
Presentacións/exposicións	A atención personalizada é incuestionable nesta materia, tendo en conta que a maior parte dos traballos son individuais. Adóitase aplicar o principio de que non hai suspensos, hai traballos que rexeitaría un cliente de publicidade. Nese sentido, todos dispoñen dunha relación personalizada que facilita as indicacións pertinentes para mellorar o traballo e volvelo a presentar.
Probas	Descrición
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	A atención personalizada é incuestionable nesta materia, tendo en conta que a maior parte dos traballos son individuais. Adóitase aplicar o principio de que non hai suspensos, hai traballos que rexeitaría un cliente de publicidade. Nese sentido, todos dispoñen dunha relación personalizada que facilita as indicacións pertinentes para mellorar o traballo e volvelo a presentar.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Traballos tutelados	Nesta materia, de orientación eminentemente práctica, soportan a maior porcentaxe de peso na nota final. Avalíanse todos os traballos, individuais e colectivos, de maneira independente.	60	C1 D5 C7 D7 C11

Presentacións/exposicións	A actitude, coidado na preparación, brillantez, claridade, capacidade de síntese e forza *persuasiva, son avaliados neste nivel, xunto ao cumprimento dos contidos indicados.	5		C7	D7
Sesión maxistral	A avaliación da parte teórica, contempla un exame tipo test, sobre a materia explicada en clase.	30	A2	C1 C7 C11	D5 D7
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Valorarase a achega persoal ao traballo colectivo.	5		C7	D7

Outros comentarios sobre a Avaliación

A segunda edición de actas consistirá nunha proba acordada co docente.

Bibliografía. Fontes de información

- Gutiérrez González, P. P., **Teoría y práctica de la publicidad impresa**, 2006,
- González Solas, J., **Identidad visual corporativa. La imagen de nuestro tiempo**, 2002,
- Ricarte Bescós, J. M^a, **Creatividad y comunicación persuasiva**, 1998,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación Periodística/V01M094V01203
 Presentacións Eficaces/V01M094V01112
 Técnicas de Redacción en Español/V01M094V01103

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Facilitadores e Barreiras na Comunicación/V01M094V01110

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación e Linguaxe/V01M094V01102

DATOS IDENTIFICATIVOS**Comunicación Periodística**

Materia	Comunicación Periodística			
Código	V01M094V01203			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento Dpto.	Externo			
Coordinador/a	Campos Freire, Francisco			
Profesorado	Campos Freire, Francisco			
Correo-e	francisco.campos.freire@gmail.com			
Web				
Descripción xeral	Se trata de una materia profundamente ligada a la elaboración, selección, gestión, presentación y documentación de la información y la comunicación periodística tanto en los medios de comunicación social, en particular, como en las organizaciones general. Se estudia también su estructura, organización, regulación, corregulación, autorregulación y Responsabilidad Social.			

Competencias

Código	
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C5	(*)Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de manera autónoma basándose en los conocimientos adquiridos y en el uso de las nuevas tecnologías.
C7	(*)Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C8	(*)Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
C9	(*)Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionales.
C10	(*)Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
C11	(*)Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
C12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
D1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D3	(*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
D4	(*)Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
D5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D6	(*)Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
D8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
D9	(*)Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
D10	(*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
D11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.
D12	(*)Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Introducción elemental la evolución histórica de la comunicación periodística	C1
Conocimiento teórico-práctico de la comunicación periodística y de sus procesos y estructuras organizativas.	C5
Aproximación al mundo de las empresas de medios de información y organizaciones de comunicación	C4 C10
Conocimiento de los procesos encaminados a la elaboración de los mensajes periodísticos en los distintos soportes y medios de comunicación, de la generación de la idea a su emplazamiento y posterior evaluación	C1 C5 C8 D5
Introducción al conocimiento de la estructura de los medios informativos convencionales, no convencionales e interactivos.	C4 C12
Enumeración de los procedimientos de análisis y medición de la recepción de la comunicación periodística	C9 C12 D11
Introducción a las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes periodísticos	C7
Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje informativo. La realización de las piezas periodísticas básicas y supervisión de su producción definitiva.	C8 C11 D9
Conocimiento del producto periodístico y capacidad para elegir el más adecuado a cada necesidad estratégica.	C4
Capacidad y habilidad para establecer la planificación de la comunicación informativa, fijando objetivos, definiendo el público objetivo, planteando estrategias y organizando los procesos	C2 C7 D12
Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) y para la creación de nuevos soportes	C12
Capacidad y habilidad para el ejercicio de la profesión periodística en sus aspectos creativos	D8
Capacidad para trabajar en equipo.	D10 D12
Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno.	D10
Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico	D4
Capacidad de fijar objetivos relacionando causa y efectos	D5
Capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas, tanto del profesional periodístico como de aquél responsable de la inserción en el medio	D6
Rudimentos conducentes a la futura capacidad del alumno para adaptar sus conocimientos a los objetivos organizacionales de las empresas informativas y de comunicación institucional y corporativa	D9
Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar conocimientos en esta disciplina	D3
Capacidad para interpretar y analizar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo, estableciendo relaciones entre las distintas situaciones de mercado y los medios de comunicación	D1

Contenidos

Tema	
Tema 1. El periodismo y la comunicación periodística en la sociedad actual	El periodismo en el ecosistema mediático actual. El periodismo en los negocios y en la economía actual. Los elementos esenciales, componentes, estructura y presentación de la información periodística. Dinámicas de la información generalista y especializada. Las fuentes y los flujos de la información en la sociedad mediática actual. Géneros informativos tradicionales y nuevos. La documentación informativa, características y técnicas: gráfica, audiovisual, digital, publicitaria. Práctica: elaboración de una pieza de actualidad en un género informativo determinado
Tema 2. Estructura y tipología de los medios de comunicación.	Medios de comunicación, de autocomunicación, microcomunicación, blogs, plataformas de comunicación multimedia, redes sociales generalistas y especializadas, multimédios y convergencia digital. La estructura de los medios de prensa, de radio y televisión en Galicia, España, Europa y en el mundo. Conceptos de la economía de la atención, de las audiencias, de la difusión, de la influencia (reputación), de la colaboración y la afiliación. Organización de los medios informativos y de los flujos de comunicación.

Tema 3. La comunicación en las organizaciones, estrategias y planes de comunicación.	La comunicación integral y su tipología (imagen e identidad, reputación, responsabilidad social corporativa, marketing, publicidad y relaciones públicas). Estructura, relaciones y tendencias de la comunicación interna y externa en las distintas tipologías de organizaciones. La gestión y organización de la comunicación corporativa e institucional (departamentos de comunicación internos, asesorías externas, gabinetes, herramientas y entornos virtuales) . Las relaciones informativas de la comunicación de las organizaciones con los medios de comunicación. Estrategias y planes de comunicación. Diagnósticos, balances, auditorías y memorias de Comunicación. Práctica: Realizar un diagnóstico de comunicación de una organización
Tema 4. La regulación, los códigos éticos y la Responsabilidad Social Corporativa de los medios y las organizaciones de comunicación.	Políticas de comunicación y de regulación europeas relacionadas con la comunicación. Códigos éticos, de autocontrol y autorregulación de la comunicación. La Responsabilidad Social Corporativa: compromiso, implantación, gestión, auditoría y rendición de cuentas. Los criterios y normas del Pacto Mundial, de Global Reporting y de la ISO 26000 sobre RSC. La comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa. Práctica: analizar la memoria de RSC de una organización.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminarios	5	15	20
Trabajos tutelados	5	15	20
Presentaciones/exposiciones	5	10	15
Sesión magistral	5	15	20

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxías

	Descrición
Seminarios	Serán sesiones de trabajo en el aula informática o en seminarios pequeños. Sus contenidos harán referencia a: Introducción a algún software de diseño, preferentemente Adobe Illustrator; análisis de trabajos reales, debates sobre temas de actualidad, visitas de profesionales en activo, videos de entrevistas con personajes de la profesión, visitas a estudios o imprentas y otras actividades similares.
Trabajos tutelados	La casi totalidad serán de carácter individual, aunque existirá alguno colectivo. Sus contenidos estarán estrechamente vinculados a todos los pasos que sigue el producto publicitario impreso, desde su contratación inicial a su inserción en los distintos medios y soportes.
Presentaciones/exposiciones	Las presentaciones de los trabajos individuales deberán ser de carácter impreso, dada la orientación de la materia. Además, la calidad de la presentación tendrá una importancia similar a sus contenidos. Los trabajos que se realicen colectivamente, de cualquier naturaleza, concluyen con su presentación al resto de la clase. También dichas presentaciones tienen su calificación formal, independientemente de los contenidos.
Sesión magistral	La parte teórica de la materia, se explicará en sesiones de clase magistral, aunque con la participación de los alumnos y apoyo de abundante material sonoro y audiovisual.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminarios	La atención personalizada es incuestionable en esta materia, toda vez que la mayor parte de los trabajos son individuales. Se suele aplicar el principio de que no hay suspensos, hay trabajos que rechazaría un cliente de publicidad. En ese sentido, todos disponen de una relación personalizada que facilita las indicaciones pertinentes para mejorar el trabajo y volverlo a presentar.
Trabajos tutelados	La atención personalizada es incuestionable en esta materia, toda vez que la mayor parte de los trabajos son individuales. Se suele aplicar el principio de que no hay suspensos, hay trabajos que rechazaría un cliente de publicidad. En ese sentido, todos disponen de una relación personalizada que facilita las indicaciones pertinentes para mejorar el trabajo y volverlo a presentar.
Presentaciones/exposiciones	La atención personalizada es incuestionable en esta materia, toda vez que la mayor parte de los trabajos son individuales. Se suele aplicar el principio de que no hay suspensos, hay trabajos que rechazaría un cliente de publicidad. En ese sentido, todos disponen de una relación personalizada que facilita las indicaciones pertinentes para mejorar el trabajo y volverlo a presentar.

Evaluación

	Descripción	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaje
Seminarios	Se evaluarán los trabajos realizados en el propio seminario.	5	C2 D6 C5 D9 C8 D11
Trabajos tutelados	En esta materia, de orientación eminentemente práctica, soportan el mayor porcentaje de peso en la nota final. Se evalúan todos los trabajos, individuales y colectivos, de manera independiente. Todos han de estar aprobados para poder hacer media.	60	C2 D4 C5 D5 C8 D8 C10 D9 C12 D11 D12
Presentaciones/exposiciones	Actitud proactiva, cuidado en la preparación, brillantez, claridad, capacidad de síntesis y fuerza persuasiva, son evaluados en este nivel, junto al cumplimiento de los contenidos indicados.	5	C4 D5 C9 D8
Sesión magistral	La evaluación de la parte teórica, contempla un examen tipo test, sobre la materia explicada en clase.	30	C1 D3 C4 D4 C7 D8 C9 D9 C11 D11 D12

Outros comentarios sobre a Avaliación

Se seguirán las mismas pautas que para la de junio.

Fuentes de información

Armentia Vizquete, J. y Caminos Marcel, J., **Fundamentos del periodismo impreso**, Ariel,

Campos Freire, F, **El nuevo escenario mediático**, Comunicación Social,

Campos Freire, F, **Espacio de investigaciones recientes**, <http://gceis.academia.edu/FranciscoCampos>,

Caridad Sebastián, M., Hernández Pérez, T., Rodríguez Mateos, D. y Pérez Lorenzo, B., **Documentación audiovisual.**

Nuevas tendencias en el entorno digital, Madrid,

Díezhandino, M. P., **Periodismo de servicio**, Bosch,

Edo, C., **Periodismo informativo e interpretativo: el impacto de Internet ...**, Pedro J. Crespo,

López, M., **Las nuevas competencias para la prensa del siglo XXI**, Paidós,

López, X., **Movimientos periodísticos**, Salamanca,

Pavlik, J., **El periodismo y los nuevos medios de comunicación**, Paidós,

Rodrigo Alsina, M, **La construcción de la noticia**, Barcelona,

Serra, A. y Ritacco, E., **Curso de periodismo escrito. Los secretos de la profesión desde la teoría universitaria**, Atlántida,

Túñez, M, **La gestión de la comunicación en las organizaciones**, Salamanca,

Se facilitará al principio del curso la bibliografía correspondiente de la materia.

Recomendaciones

Materias que continúan o temario

Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303

Creatividad publicitaria/P04G190V01304

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Elaboración del mensaje publicitario/P04G190V01401

Producción publicitaria en medios audiovisuales/P04G190V01504

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104

Estructuras y actividad de la agencia publicitaria/P04G190V01403

DATOS IDENTIFICATIVOS**El Protocolo como Herramienta para la Comunicación**

Materia	El Protocolo como Herramienta para la Comunicación			
Código	V01M094V01204			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Dpto. Externo Psicología evolutiva y comunicación			
Coordinador/a	Ramos Fernández, Luis Fernando			
Profesorado	Castro Maestre, María del Mar Ramos Fernández, Luis Fernando			
Correo-e	ferramos@uvigo.es			
Web				
Descripción xeral				

Competencias

Código	
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C3	(*)Integrar conocimientos y poder desarrollar un proceso de comunicación sólido a partir de una información que, aunque sea incompleta, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas al proceso comunicativo.
C5	(*)Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de manera autónoma basándose en los conocimientos adquiridos y en el uso de las nuevas tecnologías.
C6	(*)Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
C11	(*)Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
C12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
D1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
D8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
D12	(*)Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Conocimiento del concepto de Protocolo como herramienta al servicio de las relaciones sociales, institucionales y socioprofesionales en el ámbito de la diplomacia, la comunicación, la cultura y la representación institucional.	C1 C3 C5 C6 C11 C12 D1 D7 D8 D12

Contenidos

Tema	
1. Normas sociales y normas jurídicas	1.6. La sociedad civil y las entidades corporativas 1.7. La iglesia en el Protocolo Oficial
1.1. La norma como mandato y la distribución del poder	1.8. Las cámaras de comercio. Funciones, imagen pública y relaciones con los entornos
1.2. Obligatoriedad de las normas de Protocolo	1.9. Las asociaciones empresariales.
1.3. La norma jurídica que regula las precedencias. El protocolo oficial en España.	1.10. Clases de actos según su naturaleza
1.3.1. División de los actos oficiales	1.11. El mundo oficial y sus relaciones con la sociedad civil
1.3.2. Precedencia de las autoridades públicas	1.12. El Protocolo de Estado y Casa Real
1.3.3. La representación	1.12.1. El Protocolo antiguo
1.4. El objeto del protocolo	1.12.2. La presencia de la Casa Real en actos corporativos y de empresa.
1.5. El protocolo como herramienta comunicativa	1.13. Protocolo autonómico y local.
2. Consideraciones generales en la organización de eventos	1.14. Premios y distinciones oficiales en España. 2.9.1. Jerarquización de los puestos en el protocolo corporativo
2.1 Planificación	
2.2. Ejecución	
2.3. Logística general	
2.3.1. La forma de invitar	
2.4. Seguridad.	
2.5. Relaciones con los medios de comunicación	
2.6. Solución de conflictos	
2.7. Agasajo	
2.8. Discursos.	
2.9. Mesas, presidencias y distribución protocolaria	
3. Las relaciones con los entornos	3.3. Ferias y Exposiciones
3.1. Tipos de actos.	3.4. Patrocinio y mecenazgo
3.2. La vida social en la empresa y las instituciones	3.5. Visita de Autoridades
3.2.1. Referentes de la cultura corporativa	3.6. Presentaciones
	3.7. Inauguraciones
	3.8. Efemérides
	3.9 Primeras Piedras
	3.10. Obsequios corporativos
	3.11Firma de Convenios
	3.12Entrega de premios
	3.13. Libros de honor
	3.14. Otros actos
4. Protocolo especializado	4.1 Protocolo diplomático
	4.2 Protocolo militar y Honores
	4.3. Protocolo Universitario
	4.3. Protocolo Religioso
5. Usos y costumbres sociales	5.1. Urbanidad y cortesía

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Talleres	20	0	20
Sesión magistral	90	0	90
Informes/memorias de prácticas	0	20	20
Trabajos y proyectos	0	20	20

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxías

	Descrición
Talleres	Se estudiará un caso práctico real y se simularán, a partir de éste, otros semejantes.
Sesión magistral	Explicación minuciosa de un tema, a partir del material previo de consulta y apoyo que se pondrá a disposición del alumno.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión magistral	Se atenderá a todos los alumnos que lo requieran de manera individual dentro del plan general de trabajo en régimen de tutorías en el despacho. No supone que este concepto responda a una prueba o semejante. Es sólo orientador.

Evaluación				
	Descripción	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Informes/memorias de prácticas	Actividad individual o en grupo, dirigida por el profesor	40	C1 C3 C5 C12	D1 D8
Trabajos y proyectos	Presentación de un trabajo de investigación original, tutelado por el profesor, conforme a las reglas del trabajo científico.	60	C5 C6 C11	D7 D12

Outros comentarios sobre a Avaliación

En julio se seguirán los mismos métodos que en junio

Fuentes de información

Fernando Ramos y otros, **Estudios de Comunicación y Protocolo (I)**, Universidad de Vigo. Cursos Complementarios. Vicerrectorado de Formación e Innovación Educativa. Áre,

Fernando Ramos y otros, **Curso Superior de Comunicación y Protocolo**, Extensión Universitaria, Universidad de VIGO,

Fernando Ramos, **Comunicación y Protocolo en el espacio local. Imagen y transparencia de las instituciones públicas**, Diputación de Pontevedra,

Fernando Ramos, **El protocolo universitario. Historia, tradiciones y práctica actual del ceremonial en la Universidad española**, Consello Social de la Universidad de Vigo,

Fernando Ramos, **Estratégias e Protocolo para a Comunicaçao Corporativa. Um valor acrescentado para empresas e instituições.**, Lisboa, Media XXI, Formalpress,

Fernando Ramos, **El protocolo de empresa. Herramientas para crear valor**, La Coruña. Editorial Netbiblo/Instituto Tecnológico Empresarial, 2008,

PROTOCOLO Y CEREMONIAL

- (2006): *Manual práctico para la organización de eventos. Técnicas de organización de actos*, Ediciones Protocolo, Madrid..

- (2004): *Protocolo de la boda real*. Ediciones Protocolo, Madrid.

- (1999): *Legislación de Protocolo*. Dykinson, Madrid.

- (2003): *La secretaria y el protocolo*. Ediciones Libertarias, Madrid.
- LRC. S.M (1956): *Honores y ceremonial*. Editorial Moret, La Coruña.
- MAISONNEUVE, Jean (2003): *Os rituais*. RES-Editora, limitada, Oporto.
- MARÍN CALAHORRO, Francisco (2000): *Protocolo y comunicación. Los medios en los actos públicos*. Bayer Hermanos, Barcelona.
- MEDINA ÁVILA, Carlos J. (2005. Tres tomos): *La institución militar. Ceremonial, protocolo y símbolos*. Ministerio de Defensa/Ollero Ramos Editores, Madrid.
- MINISTERIO DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS (2003): *Manual de documentos administrativos*. Tecnos, Madrid.
- MINISTERIO DE DEFENSA (1999): *Honores y recompensas militares*. Ministerio de Defensa, Secretaría General Técnica. Madrid.
- MINISTERIO DA DEFENSA NACIONAL (2000): *Símbolos nacionais e das Forças Armadas*. Defensa Nacional. Lisboa.
- MONTEVERDE PASTOR, Francisco (1943): *Protocolo oficial español*. Aeternitas. Colección Lex. Valencia.
- OTERO ALVARADO, María Teresa (2000): *Teoría y estructura del Ceremonial y el Protocolo*. Mergablum, Sevilla.
- PINTO CEBRIÁN, Guillermo (1999): *Historia de los actos solemnes vinculados a la bandera de España (bendición y juramento de fidelidad). Reflexiones sobre su ceremonial, simbología y tradición*. Universidad de Oviedo, Oviedo.
- POLO RODRÍGUEZ, Juan Luis, y HERNÁNDEZ de CASTRO, Jerónimo (2004): *Ceremonias y grados en la Universidad de Salamanca. Una aproximación al protocolo académico*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- PUMAR VÁZQUEZ, José (1990): *Ceremonial y Protocolo*. Fundación Caixagalicia, Santiago.
- RAMOS, Fernando:

la Región de Murcia. Protocolo, representación e imagen pública en el espacio local. Región de Murcia, Consejería de Presidencia. Dirección General de Administración Local.

- (2005): *Guía Práctica para la Región de Murcia. Técnicas para*

· (2007): *Protocolo y estrategia para Pymes. La imagen y la excelencia de los pequeños*. Business Pocket. Netbiblo. La Coruña.

- (2002) *El arte de invitar. Su protocolo*. Temas de Hoy. Madrid.

-

-

MANUEL DASI, Fernando de y MARTÍNEZ-VILANOVA MARTÍNEZ, Rafael (1998): *Habilidades de comunicación para directivos*, ESIC editorial, Madrid

- (1995): *La España de nuestros abuelos. Historia íntima de una época*. Espasa hoy, Madrid.

OCHOA BRUN, Miguel Angel (2002): *Embajadas y embajadores en la historia de España*. Aguilar, Madrid.

-

RACINET, Augusto: (2006): *The complete costume history*. Taschen, Colonia.

VEXICOLOGÍA, SIMBOLOGÍA, HONORES y DISTINCIONES

MESSÍA de la CERDA y PITA, Luis (1990): *Heráldica Española. El diseño heráldico*. Aldaba, Madrid.

Recomendaciones

Materias que se recomienda cursar simultáneamente

Comunicación Institucional y Política/V01M094V01201

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Facilitadores y Barreras en la Comunicación/V01M094V01110

Lenguaje Empresarial/V01M094V01108

DATOS IDENTIFICATIVOS**Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Gestión de la Comunicación en las Organizaciones**

Materia	Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Gestión de la Comunicación en las Organizaciones			
Código	V01M094V01205			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Martínez Rolán, Luís Javier Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	http://www.webs.uvigo.es/santome			
Descripción xeral	La necesidad de la empresas públicas y privadas de diferenciar su producto, servicio o idea en un maremagno de marcas conllevará el uso de todas las herramientas disponibles para lograr el objetivo de entrar en la short list del consumidor (externo), así como demostrar en su propio seno cuál es la filosofía y virtudes para sus propios miembros a través de las TIC.			

Competencias

Código	
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C7	(*)Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C8	(*)Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
C11	(*)Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
C12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
D1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D3	(*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
D5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D6	(*)Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
D8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
D10	(*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
D11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Articular estrategias orientadas a la creación de ensayos, informes, memorias, correos electrónicos y demás tipos de escrito con el propósito de mejorar la comunicación escrita en entornos profesionales.	C1 C7 D1 D5 D10
Afianzar las habilidades de comunicación teniendo en cuenta los facilitadores y barreras y los distintos estilos personales de comunicación	C2 C11 D3 D8
Crear y desarrollar ideas de proyectos comunicativos con las herramientas on line disponibles.	C8 C11
Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	D5
Coordinar equipos y liderar la creación de campañas comunicativas con las nuevas tecnologías.	C12 D6 D11

Contenidos

Tema	
1. Las TIC aplicadas a la gestión de la comunicación de las organizaciones en sus vertientes externa e interna.	1.1. Introducción. 1.2. Herramientas y métodos.
2. Intranet. Comunicación eficiente.	2.1. Internet / Intranet. 2.2. E-mail dentro de una Intranet
Web interno y privado de la empresa a la que los usuarios pueden acceder mediante un navegador y que permite múltiples funcionalidades encaminadas a mejorar la comunicación y la colaboración entre individuos y equipos de la organización en la que se implanta. Observaremos los beneficios y utilidades de estas plataformas.	2.3. Las Ventajas de Implementar Intranet. 2.4. Ejemplo de Intranet 2.5. Tipos de intranets 2.6. Intranet en las empresas 2.7. ¿Qué se necesita para implementar la Intranet?
3. Web 2.0. Nuevas oportunidades para las organizaciones de gestión de recursos desde cualquier dispositivo con acceso a Internet.	3.1. Fundamentos de la web 2.0. 3.2. Herramientas (presentaciones, marcadores sociales, sindicación de contenidos, compartir/recuperar imágenes, vídeos[])
El usuario es un protagonista activo que crea y comparte documentos de toda índole a una red dinámica y participativa como es la web 2.0. Existe la oportunidad de publicar y dejar que los [otros] aporten sus comentarios más allá de un buzón de sugerencias tradicional o un e-mail de contacto. Todos somos potenciales [periodistas] o emisores ante un vehículo comunicacional gratuito y accesible. ¿Democratización de los medios informativos? ¿Nuevas posibilidades de publicitarse? ¿Ilimitadas redes de encuentro?	3.3. Los blogs 3.4. Creación de los blogs como ventana de contenidos de empresa 3.5. Los wikis 3.6. Las redes sociales
4. Comunicación alternativa y nuevos formatos comunicativos publicitarios.	4.1. Nuevos formatos publicitarios para nuevos públicos. 4.2. Aproximación al concepto de marketing viral. 4.3. Ejemplos internacionales y nacionales piezas audiovisuales. 4.4. Conclusiones

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión magistral	5	5	10
Tutoría en grupo	5	10	15
Prácticas en aulas de informática	10	10	20
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Trabajos y proyectos	0	5	5

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxías

	Descrición
Sesión magistral	Explicación de contenidos teórico-prácticos en aula de informática.

Tutoría en grupo	Clases de presentación del curso, de trabajos y actividades. Así como exposición y defensa de prácticas.
Prácticas en aulas de informática	Trabajos dirigidos en el aula empleando las herramientas web aplicando las explicaciones teóricas a ideas, empresas o productos concretos.
Prácticas autónomas a través de TIC	Realización de proyecto autónomo por parte del alumno.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas autónomas a través de TIC	Supervisión personalizada de las prácticas propuestas durante la materia.

Evaluación

	Descripción	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaje	
Tutoría en grupo	- Propuestas de proyectos. - Exposiciones de trabajos. - Análisis de ejemplos reales.	40	C2 C7 C8	D3 D5 D6
Prácticas autónomas a través de TIC	Elaboración de proyecto de comunicación publicitaria con herramientas web 2.0	60	C1 C2 C7 C8 C11 C12	D1 D8 D10 D11

Outros comentarios sobre a Avaliación

En julio se realiza una prueba escrita.

Fuentes de información

MÓNICA VALDERRAMA, **BLOG DE LA MATERIA**,
Sánchez, J. y Pintado, T., **Nuevas tendencias en comunicación**, ESIC EDITORIAL,

Arnold, S. E. (2003). Social software. *Searcher*, 11(9), 30-31.

Austin, M. (2005, dic). The wikipedia phenomenon. *Information World Review*, , 38-39.

Bauch, P. (2003). *Amazon hacks*. Sebastopol, CA: O'Reilly.

Clyde, L. A. (2004). *Weblogs and libraries*. Oxford: Chandos.

Coombs, K. A. (2007). Building a library web site on the pillars of web 2.0. *Computers in Libraries*, 27(1) Retrieved from <http://www.infotoday.com/cilmag/jan07/Coombs.shtml>

Dobrecky, L. P. (2007, marzo-abril 2007). Hacia la library 2.0: Blogs, rss y wikis. *El Profesional De La Información*, 16, 138-142.

Field, K. A. (may, Why engineering students [love] wikipedia. *Design News*, 61, 11.

Giles, J. (2005, dic.). Internet encyclopaedias go head to head. *Nature*, 438, 901-902.

Gordon-Murnane, L. (2006, jun). Social bookmarking, folksonomies and web 2.0 tools. *Searcher*, 14, 26-38.

Habib, M. C. (2006). Toward academic library 2.0: Development and application of a library 2.0 methodology.

Habib, M. C. (2006). *Defining academic library 2.0: Lessons learned from web 2.0*. Retrieved 14-11-2006 <http://www.unc.edu/~mchabib/inls342/DefiningAcademicLibrary20Presentation.pdf>

Krichel, T. (2007, marzo-abril 2007). Web & lib 2: A sceptic's view. *El Profesional De La Información*, 16, 93-94.

LEIVA AGUILERA, J. (2006), **Blogs: Una herramienta de difusión para profesionales de la información**. *TK : Revista De Biblioteconomía*, 18, 173-180.

Méndez, E., Bravo, A., & López, L. M. (2007, marzo-abril 2007). Microformatos: Web 2.0 para el dublin core. *El Profesional De La Información*, 16, 107-113.

O'Reilly, T. (2005, 01-10-2005). Web 2.0: Compact definition?

O'Reilly, T. (2005, 09/30/2005). What is web 2.0 : Design patterns and business models for the next generation of software.

Sinclair, M. (2006, jun). What is flickr? *Creative Review*, 26, 39-41.

Tepper, M. (2003, sept). The rise of social software. *NetWorker*, 7, 19-23.

Wusteman, J. (2004, dic). RSS: The latest feed. *Library Hi Tech*, 22, 404-413.

Recomendaciones**Materias que continúan o temario**

Prácticas en Empresas/V01M094V01206

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Comunicación Persuasiva/V01M094V01202

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Facilitadores y Barreras en la Comunicación/V01M094V01110

Presentaciones Eficaces/V01M094V01112

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas en Empresas				
Materia	Prácticas en Empresas			
Código	V01M094V01206			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Lingua española			
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Anaya Revuelta, Inmaculada			
Profesorado	Anaya Revuelta, Inmaculada Rifón Sánchez, Antonio			
Correo-e	ianaya@uvigo.es			
Web	http://www.masterlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	O alumnado realizará diferentes traballos nas empresas coas que ten convenio realizado dacordo coas necesidades e diferentes perfíles das mesmas.			

Competencias	
Código	
C1	Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C5	Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de manera autónoma basándose en los conocimientos adquiridos y en el uso de las nuevas tecnologías.
C7	Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
C12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
D4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
D7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
D8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
D9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
D12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Desenvolver a capacidade de comunicación en equipos interdisciplinares con perfíles persoais, formativos e profesionais moi diversos.	C1 C12 D7
Recoñecer e manexar axeitadamente os sinais verbais na comunicación interpersoal e en público	D4
Coñecer e saber utilizar recursos bibliográficos ou fontes web fiables para a preparación de encontros con outras culturas.	C2 C5 C11
Capacidade de aprendizaxe autónoma e continua dos contextos técnicos e teóricos relacionados cun proxecto profesional relacionado coa comunicación.	C5 D8 D9
Saber planificar un traballo de aplicación ao mundo da comunicación profesional segundo unha metodoloxía específica.	C4 C7 D12

Selección, organización e avaliación da documentación relevante relacionada coa comunicación profesional coa súa metodoloxía e recursos tecnolóxicos e coas súas referencias axeitadas.

C5
D9
D12

Contidos

Tema

- | | |
|---|--|
| 1. Comunicación nas empresas e nas institucións. | 1.1. Tipos de comunicación.
1.2. Adaptación e análise do traballo da empresa.
1.3. Planificación e desenvolvemento de tarefas |
| 2. Creación e desenvolvemento de contidos comunicativos | 2.1. O proxecto de prácticas
2.2. Integración en proxectos en desenvolvemento
2.3. Promoción e desenvolvemento de proxectos novos. |

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos tutelados	0	50	50
Prácticas externas	100	0	100

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballos tutelados	Os estudantes entregarán unha memoria de actividades realizadas durante o periodo práctico na empresa.
Prácticas externas	A empresa emitirá un informe sobre o periodo de prácticas.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas externas	Os/as estudantes recibirán atención personalizada dos titores académicos e profesionais.
Traballos tutelados	Os/as estudantes recibirán atención personalizada dos titores académicos e profesionais.

Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Traballos tutelados Valorarase a calidade dos traballos realizados durante o período de prácticas.	40	C1 D4 C2 D7 C4 D8 C5 D9 C7 D12 C11 C12
Prácticas externas Valorarase o desenvolvemento nas tarefas deseñadas polas empresas ou institucións responsábeis.	60	C1 D4 C2 D7 C4 D8 C5 D9 C7 D12 C11 C12

Outros comentarios sobre a Avaliación

De non acadar a cualificación de 5, os tutores profesionais emitirán un informe razoado. En caso de ter un suspenso na convocatoria de xuño, o alumno/a terá que repetir o traballo tutelado para a convocatoria de xullo.

Bibliografía. Fontes de información

En función da empresa e do desempeño práctico se recomendará aos estudantes en prácticas unha serie de materiais bibliográficos ou electrónicos como axuda para o practicum.

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Traballo Fin de Máster**

Materia	Traballo Fin de Máster			
Código	V01M094V01207			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio Rodríguez Gallardo, Ángel			
Correo-e	arifon@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Deseño e realización dun proxecto orixinal, baixo a orientación dun docente do Máster. O obxectivo é consolidar as técnicas aprendidas e conseguir que o alumnado adquira destrezas e coñecementos avanzados no ámbito da lingua e a comunicación nos negocios.			

Competencias

Código				
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.			
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.			
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.			
C1	Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.			
C4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.			
C6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.			
C7	Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.			
C8	Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.			
C9	Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionales.			
C11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.			
C12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.			
D1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.			
D11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.			
D12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.			

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Desenvolver a capacidade de comunicación en equipos interdisciplinares con perfiles persoais formativos e profesionais moi diversos.	A2 A3 C6 C9 C12 D12
Recoñecer e manexar axeitadamente os sinais non verbais na comunicación interpersonal e en público.	A3 A4 C1 D11
Coñecer e saber utilizar recursos bibliográficos ou fontes web fiables para a preparación de encontros con outras culturas.	A3 C8 C11 D12
Saber planificar un traballo de aplicación ao mundo da comunicación profesional segundo unha metodoloxía específica.	A2 A4 C8 C12 D12
Selección, organización e avaliación da documentación relevante relacionada coa comunicación profesional, coa súa metodoloxía e recursos tecnolóxicos e coas súas referencias bibliográficas axeitadas.	A3 A4 C4 C7 D1 D11

Contidos

Tema	
1. El proceso de investigación y descubrimiento	1.1. Delimitación del objeto de estudio 1.2. Delimitación de los objetivos 1.3. Proceso de documentación 1.4. Elección de la metodología
2. O proceso de redacción	2.1. A estrutura do TFM 2.2. Consideracións Orto-tipográficas 2.3. Xestión e citas bibliográficas
3. O proceso de presentación	3.1. Confección dunha presentación técnica 3.2. Ferramentas para a presentación

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos/análises de situacións	3	30	33
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	20	20
Proxectos	0	72	72
Metodoloxías integradas	2	20	22
Actividades introdutorias	3	0	3

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Estudo de corpus, de situacións e de exemplos como fonte das análises do proxecto.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Análise autónoma de problemas e exercicios en relación co tema do proxecto.
Proxectos	Planificación e redacción do traballo de fin de máster.
Metodoloxías integradas	Utilización de metodoloxías procedentes dos diversos ámbitos de estudo do máster.
Actividades introdutorias	Elección e planificación do tema do traballo de fin de máster.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Actividades introdutorias	O titor do TFM atenderá na aula, nas titorías ou nos espazos convenientes os problemas encontrados sobre a realización do TFM.

Estudo de casos/análises de situacións	O titor do TFM atenderá na aula, nas titorías ou nos espazos convenientes os problemas encontrados sobre a realización do TFM.
Proxectos	O titor do TFM atenderá na aula, nas titorías ou nos espazos convenientes os problemas encontrados sobre a realización do TFM.
Metodoloxías integradas	O titor do TFM atenderá na aula, nas titorías ou nos espazos convenientes os problemas encontrados sobre a realización do TFM.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
			A2	C1	D1
Estudo de casos/análises de situacións	Aplicación práctica en casos e situacións da hipótese de traballo.	20	A2 A3 A4	C1 C4 C6 C7 C8 C9 C11 C12	D1 D11 D12
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Capacidade crítica	10	A2 A3 A4	C1 C4 C6 C7 C8 C9 C11 C12	D1 D11 D12
Proxectos	Presentación escrita do proxecto. Dominios das técnicas de comunicación na defensa do proxecto.	40	A2 A3 A4	C1 C4 C6 C7 C8 C9 C11 C12	D1 D11 D12
Metodoloxías integradas	Rigor metodolóxico. Uso de recursos.	30	A2 A3 A4	C1 C4 C6 C7 C8 C9 C11 C12	D1 D11 D12

Outros comentarios sobre a Avaliación

O TFM será xulgado por un tribunal composto por tres persoas tanto na 1ª como na 2ª convocatoria. A súa valoración rexerese por esta guía e o regulamento do TFM do máster.

Bibliografía. Fontes de información

Juana ERICE, **Convencer. Descubra los secretos de los grandes comunicadores**, ESIC Editorial,
 Inmaculada SANZ ALAVA, **El Español Profesional y Académico en el aula universitaria. El discurso oral y escrito**, Tirant lo Blanch,
 Antonio BRIZ, **Saber hablar**, Madrid, Aguilar,
 MANCHESTER OPEN LEARNING, **Cómo hacer presentaciones eficaces**, Gestión 2000,
 Jesús SÁNCHEZ LOBATO (coord.), **Saber escribir**, Madrid, Aguilar,
 Gema MUÑOZ-ALONSO, **Estructura, metodología y escritura del Trabajo de Fin de Master**, Madrid, Escolar y Mayo,
 Melissa WALKER, **Cómo escribir trabajos de investigación**, Barcelona, Gedisa,
 Nigel Warburton, **Cómo aprender a escribir**, Barcelona, Paidós,
 Servicio de Biblioteca de la Universidad de La Laguna, **Cómo elaborar un trabajo.**,
http://www.ull.es/view/institucional/bbtk/Como_elaborar_un_trabajo/es,
 Universitat Politècnica de Catalunya. Servei de Biblioteques i Documentació, **Cómo presentar un trabajo académico**,
<http://biblioteca.upc.edu/es/content/como-presentar-un-trabajo-academico>,

Recomendacións

