

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 Literatura española e teoría da literatura Socioloxía, ciencia política e da administración e filosofía			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio Leyte Coello, Arturo Antonio			
Profesorado	Leyte Coello, Arturo Antonio Rifón Sánchez, Antonio			
Correo-e	leyte@uvigo.es 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 de titulación

Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A7	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.
A10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
A11	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.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B2	Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Comprender a conexión entre linguaxe e lóxica.	A1 A2	B1 B2 B11
Comprender a conexión entre argumentación, significado e verdade.	A1 A10	B1 B2 B5
Aprender a recoñecer os aspectos persuasivos de calqueira cuestión.	A11	B1 B5 B6

Saber coma usar a linguaxe para convencer.	A4 A7 A10 A11	B5 B6

Contidos	
Tema	
1. A linguaxe	1.1 Lóxica e coñecemento 1.2 Linguaxe e metalinguaxe
2. O estatuto da proposición	2.1 Diferenza entre □analítico□ e □sintético□ 2.2 Diferenza entre □dedución e *inducción□
3. Niveis de aproximación á linguaxe formal	3.1 Lóxica de proposicións 3.2 Lóxica de predicados 3.2 Lóxica modal
4. O problema da verdade: a relación co significado	4.1 Perspectiva lóxico-analítica 4.2 Perspectiva hermenéutica
5. Lóxica informal	5.1 Lóxica formal e informal 5.2 Lóxica informal e pensamento crítico 5.3 Teorías da lóxica informal 5.4 Argumentos e razoamento
6. Construindo argumentos	6.1 Estructuras argumentais 6.2 Bons e malos argumentos 6.3 Tipos de argumentos 6.4 Estratexias argumentativas 6.4.1 Estratexias de ataque 6.4.2 Estratexias de defensa 6.5 Marcadores argumentativos
7 Analizando argumentos	7.1 Diagramas de argumentos 7.2 Falacias 7.3 Boas practicas argumentativas

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 posibilidad 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 o proba a estrutura e contido deles.

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Seminarios	Avalíase a asistencia, atención e participación	30
Traballos e proxectos	Avalíase a orixinalidade, calidade da expresión e precisión de conceptos.	70

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Bibliografía. Fontes de información

Aristóteles, **Organon I**, Gredos,

Aristóteles, **Organon II**, Gredos,

Aristóteles, **Retórica**, Gredos,
Bordes Solanas, M., **Las trampas de Circe: falacias lógicas y argumnetación informal**, Cátedra,
Deaño, A., **Introducción a la lógica formal**, Alianza Editorial,
Frege, G., **Escritos lógico-semánticos**, Tecnos,
Fumaroli, M., **Histoire da Rhetóriquedans l'Europe moderne**, PUF,
Garrido, M., **Lógica simbólica**, Tecnos,
Kneale, W. & Kneale, M., **El desarrollo de la lógica**, Tecnos,
Lau, John Y. F., **An introduction to critical thinking and creativity**, John Wiley & Sons,
Pujante, David, **Manual de retórica**, Castalia,
Quine, W. V. O., **Filosofía de la lógica**, Alianza Editorial,
Romo, F., **Un paseo por la retórica clásica**, Montesinos,
Valdés Villanueva, L., **La búsqueda del significado**, Tecnos,
Van Eemeren, Frans H. et alii, **Argumentation Analysis, Evaluation, Presentation**, Lawrence Erlbaum,
Weston, Anthony, **A Rulebook for Arguments**, Hackett,

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				
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 á profundizar nas relacións entre a comunicación e a linguaxe, cun foco nas situacións comunicativas relacionadas cos negocios.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A3	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.
A7	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.
A9	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.
A10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.
B12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Competencias de materia		
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	A1 A2 A3 A9	B1 B6 B11 B12
Coñecer e interpretar as diferenzas culturais para atenuar o seu impacto como barreira na comunicación.	A1 A2 A3	B1 B6 B11
Coñecer as dificultades máis frecuentes na comunicación e saber adaptar as actitudes axeitadas para a xestión de conflictos interpersoais, interculturais e de equipo.	A1 A2 A9 A10	B1 B6

Ser capaz de analizar e interpretar textos sobre a comunicación	A1 A2 A3 A7 A9	B1 B6 B10 B12

Contidos	
Tema	
1. Comunicación, linguaxe e linguas	1.1 Que é a comunicación?, que é a linguaxe?, que son as linguas? 1.2 Como funciona a comunicación lingüística? 1.3 Cales son os medios da comunicación lingüística?
2. Linguaxe e interacción social	2.1 Estilos conversacionais e competencia comunicativa 2.2 Comunicación intercultural

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	8	0	8
Actividades introdutorias	1	0	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	3	0	3
Debates	4	59	63

*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 do profesor 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
Debates	Sesións de discusión, razoamento e argumentación sobre unha temática previamente acordada. Pode centrarse nun tema dos contidos da materia, na análise dun caso, no resultado dun proxecto, exercicio ou problema desenvolvido previamente nunha sesión maxistral...

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Debates	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
Sesión maxistral	Asistencia e participación nas sesións teórico-metodolóxicas	10
Resolución de problemas e/ou exercicios	Valorarase a calidade das solucións dadas aos exercicios previstos.	40
Debates	Preparación rigurosa e participación activa nos debates, incluído todo o traballo previo a cada sesión. Valorarase, especialmente, a presentación oral e escrita dos traballos propostos, así como a capacidade de discusión crítica.	50

Outros comentarios sobre a Avaliación

O profesor sinalará cos discentes a forma de superar a materia na segunda edición das actas.

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, Mª Victoria, **La comunicación: lengua, cognición y sociedad**, 1ª,
Martín Serrano, Manuel, **Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad**, 1ª,
Moreno Cabrera, Juan Carlos, **Cuestiones clave de la Lingüística**, 1ª,
Tusón, Jesús, **¿Cómo es que nos entendemos?: (si es que nos entendemos)**, 1ª,

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 Galego			
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 de titulación

Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	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.
A6	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.
A7	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.
A8	Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
A9	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.
A11	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.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B2	Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.
B3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
B10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.
B12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Competencias de materia

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 A4	B2 B5
Desenvolver e optimizar a capacidade para comunicarse de forma eficaz por escrito en español en contextos multidisplinares.	A1 A2 A6	B1 B3 B10
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.	A7 A8 A9	B7 B9 B10 B12
Ampliar e utilizar de forma significativa o repertorio léxico en español máis empregado nos ámbitos profesionais e aplicalo en contextos de uso real.	A1 A8 A9	B3 B11
Adaptar as estratexias lingüísticas das manifestacións discursivas escritas aos diferentes usos derivados das tecnoloxías da información e da comunicación no ámbito profesional.	A4 A8 A11	B1 B5
Adoptar unha actitude positiva e de mellora constante fronte os retos que implica a redacción textual e o coñecemento lingüístico de alto nivel.	A5 A9	B3 B9

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
Traballos tutelados	5	20	25
Proxectos	5	20	25
Titoría en grupo	2	11	13
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
Traballos tutelados	Actividade práctica. Formularanse na aula diversas actividades relacionadas coa elaboración e reformulación textual en español. Os traballos serán desenvolvidos coa orientación dos docentes. Estas actividades constituirán unha parte do proxecto final que os discentes terán que entregar ao final do curso.
Proxectos	Actividade práctica. Os discentes realizarán un proxecto final co fin de superar a materia. Este proxecto consistirá na composición dun escrito profesional no que, ademais de integrar os distintos traballos tutelados, incorporen unha mostra significativa de discurso escrito e dean coherencia ao conxunto do texto.
Titoría en grupo	Actividade teórica e práctica. Ademais das titorías oficiais, os discentes terán dereito a dúas titorías grupais que servirán de apoio conceptual e metodolóxico para a elaboración de traballos e proxectos.
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
Titoría en grupo	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 disponibilidade.
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 disponibilidade.
Proxectos	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 disponibilidade.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	Trátase de actividades, realizadas de forma autónoma con apoio docente, relacionadas coa elaboración e reformulación textual en español. Estas actividades constituirán unha parte do proxecto final que os discentes terán que entregar ao final do curso.	30
Proxectos	Os discentes realizarán un proxecto final co fin de superar a materia. Este proxecto consistirá na composición dun escrito profesional no que, ademais de integrar os distintos traballos tutelados, incorporen unha mostra significativa de discurso escrito e dean coherencia ao conxunto do texto.	70

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

A segunda edición de actas réxese polos mesmos principios.

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: Edinumem,

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

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

Recomendacións

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 de titulación	
Código	
A1	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.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	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.
A6	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.
A7	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.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Articular estratexias orientadas á creación de texto de diversos tipos dentro do estilo profesional.	A1 A4	B1 B3
Planificar un escrito axeitado ó contexto e ó seu uso profesional.	A4 A6	B10
Amplia-los coñecementos do galego escrito así como das técnicas necesarias para elaborar un bo escrito.	A5 A7	B11

Contidos
Tema

Redacción e construción de textos en galego	1. O texto: propiedades a. A adecuación b. A coherencia c. A cohesión d. Os marcadores e conectores discursivos: clasificación Marcadores ou conectores lóxicos Marcadores ou conectores estruturais e. Tipos de textos 2. O parágrafo 3. A puntuación a. Os signos de puntuación de primeiro réxime: interpretación b. Os signos de puntuación de segundo réxime: interpretación c. Usos máis frecuentes e indebidos dos signos de puntuación 4. A revisión dos textos a. Niveis de revisión nun texto b. Fontes normativas do galego c. Dúbidas e erros gramaticais 5. Consellos para mellora-la comprensibilidade dun texto 6. Usos dos tipos a. Itálica ou cursiva b. Versaleta c. 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 corrixirán 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 dúbidas dos estudantes e das estudantes en titorías individualizadas ou colectivas dacordo coas súas necesidades de aprendizaxe.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exercicios que se resolverán nas sesións de clase. Preguntas de resposta aberta e pechada.	100

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, Mª. 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				
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 de titulación	
Código	
A1	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.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	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.
A6	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.
A7	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.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Resultados previstos na materia		
(*)1. *Articular estratexias orientadas á creación de informes, correos electrónicos e demais tipos de escrito de estilo profesional	A1 A4	B1 B3
(*)Planificar un escrito de xeito adecuado ao contexto e o seu uso profesional	A4 A6	B10
(*)Ampliar os coñecementos de inglés como lingua escrita así como das técnicas necesaria para levar a cabo un ben escrito	A5 A7	B11

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	10	20	30
Resolución de problemas e/ou exercicios	9	9	18
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	26	26
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
Sesión maxistral	Breve explicación teórica dos contenidos 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 correxidas
Actividades introdutorias	Actividades breves en que o alumnado deberá definir unha serie de termos relacionados coa lingua escrita

Atención personalizada

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Sesión maxistral	Actividades escritas que se realizarán na aula e serán valoradas polo profesor	50
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exercicios concretos sobre temas propostos polo docente que o alumnado deberá resolver	50

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,

Zemack, P. y Rumiseck, L., **Academic Writing**, Mcmillan,

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 de titulación	
Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A6	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.
A7	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.
A8	Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
A9	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.
A10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
A11	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.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
B10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Diferenciar as características da linguaxe científica e tecnolóxica fronte a outras linguaxes.	A6 A9 A10	B10
Dominar as técnicas para a redacción, corrección e revisión de textos científicos e técnicos.	A4 A7	B10 B11
Adaptar o texto científico aos distintos niveis de especialización tendo en conta o público obxectivo e o contexto de comunicación.	A1 A2 A4	B7

Aplicar os coñecementos gramaticais, léxicos e culturais á revisión, corrección e redacción de textos científicos e técnicos.	A2 A9	B7
Empregar as ferramentas de información e fontes necesarias para a confección, corrección e revisión de textos de especialidade.	A8 A11	B9

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 maxistrais, 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
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
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

A segunda edición de actas réxese polos mesmos principios.

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				
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Enríquez Salido, Carmen			
Profesorado	Enríquez Salido, Carmen			
Correo-e	mcsalido@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	(*)Esta materia analiza el lenguaje jurídico-judicial desde un punto de vista teórico y práctico con el fin de mejorar la capacidad de expresión y de interpretación en este ámbito.			

Competencias de titulación	
Código	
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	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.
A8	Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
A9	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.
A10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
B2	Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Competencias de materia		
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.	A4 A5 A8 A9 A10	B2 B7 B10 B12
Ampliar e fixar de forma máis precisa o repertorio léxico xurídico en español.	A4 A5 A8 A9	B2 B7 B10 B12
Capacidade de aprendizaxe autónoma e continuo dos contextos xurídicos e xudiciais relacionados cun proxecto profesional comunicativo.	A4 A5 A8 A9 A10	B2 B7 B10 B12

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 seguimiento 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 seguimiento 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
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
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

Seguiranse os criterios establecidos con carácter xeral para a avaliación do alumnado do resente máster.

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

Bibliografía. Fontes de información

Martín del Burgo y Marchán, Ángel, **El Lenguaje del derecho**, 2000,
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,

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	El objetivo principal de esta materia es la adquisición de estrategias y vocabulario específicos que le permitan al estudiante prepararse y defenderse dentro del ámbito del español comercial.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A3	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.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	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.
A6	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.
A9	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.
A10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
A11	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.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B2	Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Adquirir el léxico específico propio del ámbito del español comercial.	A10	B1 B11
Conocer aspectos sociales y culturales del mundo de los negocios en España y en el ámbito internacional.	A1 A6 A11	B1 B5 B11

Saber analizar e interpretar textos y artículos de español técnico y profesional.	A3 A4 A5 A9	B2 B6
Mejorar la expresión de ideas formuladas en español técnico en el ámbito de los negocios.	A1 A2 A3 A9	B1 B5 B7

Contidos	
Tema	
Tema 1. La comunicación escrita en la empresa.	1.1. Relación con el éxito profesional. 1.2. Pasos previos a la redacción. 1.3. Organización del texto. 1.4. Redacción y estilo. 1.5. Revisión y corrección del texto.
Tema 2. El correo electrónico.	2.1. Características generales. 2.2. Tipología. 2.3. Análisis de casos prácticos. 2.4. Redacción de correos.
Tema 3. La carta.	3.1. Características generales. 3.2. Tipología. 3.3. Análisis de casos prácticos. 3.4. Redacción de cartas.
Tema 4. Informes.	4.1. Características generales. 4.2. Tipología. 4.3. Análisis 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	Actividad práctica. Los alumnos y alumnas participarán de forma oral en las sesiones presenciales, con el propósito de que conozcan su propia evolución en el aprendizaje. Los estudiantes impartirán charlas breves sobre puntos de interés relacionados con el mundo de los negocios.
Debates	Actividad práctica. A lo largo de las sesiones presenciales se propondrán algunos temas sobre el lenguaje empresarial acerca de los que el discente tendrá que debatir.
Traballos tutelados	Actividad práctica. Los estudiantes tendrán que realizar análisis, interpretación y composición de textos propios del español en el ámbito empresarial con la orientación del docente.
Proxectos	Actividad práctica. Los estudiantes podrán elegir entre dos opciones: a) Exposición oral de 10 minutos. El tema tendrá relación con el mundo de los negocios y será seleccionado de una revista especializada elegida previamente. El objetivo es explicar la temática y el vocabulario vinculado al tema. b) Trabajo escrito basado en textos relacionados con el lenguaje empresarial.
Sesión maxistral	Actividad teórica. El docente expondrá en estas sesiones magistrales los principales contenidos relacionados con la materia.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Traballos tutelados	En lo relativo a los trabajos tutelados y a la realización del proyecto final, el docente destinará un tiempo de atención personalizada con el fin de atender y resolver las dudas del alumnado. Este tiempo se distribuirá en función de las necesidades puntuales de los discentes, que podrán asistir a las tutorías habituales o concretar otras específicas con el profesor en función de su disponibilidad.

Proxectos	En lo relativo a los trabajos tutelados y a la realización del proyecto final, el docente destinará un tiempo de atención personalizada con el fin de atender y resolver las dudas del alumnado. Este tiempo se distribuirá en función de las necesidades puntuales de los discentes, que podrán asistir a las tutorías habituales o concretar otras específicas con el profesor en función de su disponibilidad.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Traballos de aula	Los alumnos y alumnas participarán activamente en las sesiones presenciales con el propósito de que conozcan su propia evolución en el aprendizaje. Los estudiantes impartirán charlas breves sobre puntos de interés relacionados con el mundo de los negocios. También se tendrán en cuenta la composición y análisis de textos de textos que se hará de forma tutelada.	50
Proxectos	Consistirá en un trabajo escrito basado en textos relacionados con el lenguaje empresarial.	50

Outros comentarios sobre a Avaliación

En la segunda edición de actas se seguirán los mismos criterios que se han definido.

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				
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 de titulación	
Código	
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A7	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.
A9	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.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Consolidar e perfeccionar as técnicas de interpretación simultánea xa desenvolvidas a modo de iniciación no curso anterior.		
Dominar a retórica cultural e os xéneros textuais propios das industrias culturais.	A2 A7	B7
Desarrollar a capacidade de aprendizaxe autónoma para elaborar todo tipo de proxectos relacionados coa comunicación nas industrias culturais.		B7 B9
Dominio do repertorio léxico cultural en español para empregalo no ámbito das industrias culturais.	A9	B11

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. Genéros 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, reservarase 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, reservarase un tempo de atención personalizada co fin de atender e resolver as dúbidas do alumnado.

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
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
Traballos tutelados	Os alumnos e as alumnas realizarán pequenos traballos de preparación ao proxecto de curso.	20
Proxectos	Os alumnos e as alumnas realizarán un proxecto entre varios temas de traballo e análise.	50
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

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,

Bustamente, 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 y Barreras en la Comunicación				
Materia	Facilitadores y Barreras en la Comunicación			
Código	V01M094V01110			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo Lengua 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 inteligencia emocional y social para mejorar la comunicación interpersonal en las organizaciones.			

Competencias de titulación	
Código	
A4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A11	(*)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.
A12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B3	(*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Conocer las dificultades más frecuentes en la comunicación y saber adoptar las actitudes adecuadas para la gestión de conflictos interpersonales y de equipo	A4 A11	B3
Desarrollar la capacidad de comunicación en equipos interdisciplinares con perfiles persnales, formayivos y profesionales muy diversos.	A4 A12	B3 B5

Contenidos	
Tema	
1. La inteligencia emocional y social	1.1. Introducción a la Inteligencia emocional. 1.2. La IE en las relaciones empresariales.
2. Bases del conflicto verbal. La ontología del lenguaje	2.1. El lenguaje como elemento coordinador de acciones. 2.2. Los individuos como fenómenos sociales 2.3. Los actos lingüísticos básicos 2.4. El poder de las conversaciones 2.5. Emociones y estado de ánimo
3. Competencias de interacción positiva	3.1. Valores y barreras 3.2. Empatía y asertividad 3.3. Trabajo en equipo y liderazgo 3.4. Habilidades para el bienestar en el trabajo.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Trabajos de aula	10	3	13
Trabajos de aula	7	51	58
Trabajos de aula	2	1	3
Actividades introductorias	1	0	1

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

Metodologías	
	Descrición
Trabajos de aula	Ejercicios prácticos realizados en el aula
Trabajos de aula	Ejercicios prácticos de dinámicas de grupos
Trabajos de aula	Ejercicios prácticos y dinámicas de grupo
Actividades introductorias	Actividades destinadas a introducir los contenidos del curso

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Trabajos de aula	Se prestará atención personalizada al alumnado durante los ejercicios prácticos

Evaluación		
	Descrición	Cualificación
Trabajos de aula	La evaluación constará de 50% ejercicios prácticos y 50% trabajo en equipo	100

Outros comentarios sobre a Avaliación

La segunda edición de las actas constará de una prueba única sobre los contenidos impartidos durante el curso.

Fuentes de información

Echeverria Rafael, **Ontología del lenguaje**, 2003,

Castañer Olga y Ortega, Estela, **¿Por qué no logro ser asertivo?**, 2007,

Peñalver, O., **Emociones colectivas: Inteligencia emocional de los equipos**, 2009,

Recomendaciones

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				
Departamento	Departamento da Escola de Negocios Caixanova (Vigo) Dpto. Externo			
Coordinador/a	Jamardo Suárez, Begoña			
Profesorado	Jamardo Suárez, Begoña Rodríguez Fernández, Alfonso			
Correo-e	bjamardo@escueladenegociosncg.edu			
Web	http://faitic@uvigo.es			
Descrición xeral	Esta materia está orientada a que el alumno se sensibilice sobre la importancia de la comunicación no verbal en la interpretación de mensajes, tanto a nivel interpersonal como en sus exposiciones en público. Reconocerá y manejará adecuadamente las señales no verbales en entornos comunicativos concretos: presentaciones, negociaciones, entrevistas de trabajo, etc. e dentificará, desde el punto de vista de la comunicación no verbal, las diferencias culturales en los distintos bloques geográficos. Asimismo, el alumno aprenderá a tomar conciencia de los hábitos posturales y a explorar las posibilidades expresivas del cuerpo; aprenderá a adiestrar la voz mediante técnicas de emisión y proyección vocal y a analizar y a manejar el espacio de acción y la puesta en escena durante una presentación.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A3	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.
A6	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.
A11	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.
A12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Poseer conocimientos teóricos sobre la comunicación no verbal.	A1 A2 A6	B5 B11
Conocer el impacto de la comunicación no verbal en distintos entornos comunicativos: presentaciones, entrevistas de trabajo, reuniones de negocios, etc.	A2 A3 A6	B1 B5 B11

Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de la comunicación no verbal en el contexto de relaciones interpersonales.	A2 A3 A6 A11 A12	B1 B5 B11
Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales a fin de evitar malentendidos en los encuentros con profesionales de otras culturas.	A2 A6 A12	B4 B11

Contidos	
Tema	
1.Introducción a la comunicación no verbal: origen y conceptos básicos.	1.1 Impacto de la comunicación no verbal en la interpretación de mensajes. 1.2 La comunicación no verbal, una ciencia interdisciplinar.
2. Componentes de la comunicación no verbal	2.1 Componentes humanos. 2.1.1 Kinésica 2.1.1.1.El lenguaje de los gestos. 2.2.2.2 Kinésica e interculturalidad 2.1.2 Proxémica. 2.1.2.1 La percepción del espacio y las distancias. 2.1.2.2 Proxémica e interculturalidad. 2.1.2.3 Análisis y manejo del espacio de acción y la puesta en escena. 2.1.3 Paralenguaje. 2.1.3.1 Adiestramiento de la voz. Técnicas de emisión y proyección vocal. 2.1.3.2 Importancia de las pausas y el silencio. 2.2 Componentes no humanos. 2.2.1 El entorno. 2.2.2.1 El diseño arquitectónico y objetos móviles: la iluminación, el sonido y los objetos móviles.
3. Manipulación de la comunicación no verbal.	3.1 Indicios delatores de engaño. 3.2 Indicios delatores de poder.
4. Aplicaciones prácticas y estudios de caso.	4.1 La proyección mediática de los políticos. 4.2 Pautas de reconocimiento y manejo de las señales no verbales en entornos comunicativos concretos: presentaciones, negociaciones, entrevistas de trabajo, etc. 4.3 Análisis de películas, ilustraciones y fotografías desde el punto de vista de la comunicación no verbal.

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 encaminadas a tomar contacto y reunir información sobre el alumnado, así como a presentar la materia.
Sesión maxistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y directrices del trabajo a desarrollar por el estudiante.
Presentacións/exposicións	Exposición por parte del alumnado ante el docente y el grupo de estudiantes de un tema sobre los contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo o ejercicio.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**

Sesión maxistral	Las tutorías se llevarán a cabo en el lugar y horario indicados en el centro. También se podrán realizar por correo electrónico a la dirección del profesor indicando en asunto: Tutorías: Máster en Lengua y Comunicación en los Negocios.
Presentacións/exposicións	Las tutorías se llevarán a cabo en el lugar y horario indicados en el centro. También se podrán realizar por correo electrónico a la dirección del profesor indicando en asunto: Tutorías: Máster en Lengua y Comunicación en los Negocios.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Sesión maxistral	Presentación de contenidos teóricos, de trabajos y ejercicios a realizar.	25
Presentacións/exposicións	Los alumnos realizarán una presentación individual sobre las diferencias culturales entre España y un país de su elección.	50
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Presentación de trabajos, ejercicios y tareas asignadas a lo largo del módulo.	25

Outros comentarios sobre a Avaliación

Las materias 2 y 3 de este módulo serán evaluadas conjuntamente por la complementariedad de sus contenidos.

Los alumnos podrán realizar sus exposiciones en inglés, español y gallego.

La segunda edición de las actas consistirá en una prueba única escrita sobre los contenidos de la materia.

Bibliografía. Fontes de información

Calais-Germain, Blandine. La respiración. El gesto respiratorio. Liebre de Marzo, 2005.

Collett, P. *El libro de los indicios delatores.* Barcelona: Robin Books, 2005.

García de la Puerta, Marta y Jamardo Suárez Begoña. La Comunicación no verbal en el mundo de los negocios. *Vigo: Empresa e Sociedade*. Vigo: Escola Universitaria de Estudios Empresariais, 2008.

Knapp, M. *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1995.

Morris, D. *El lenguaje del cuerpo*. Madrid: Círculo Digital, 2004.

Poyatos, F. *La comunicación no verbal I*. Madrid: Istmo, 1994.

Thomson, P. *Los secretos de la comunicación*. Barcelona: Ediciones Granica, 1999.

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				
Departamento	Departamento da Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Jamardo Suárez, Begoña			
Profesorado	Jamardo Suárez, Begoña			
Correo-e	bjamardo@escueladenegociosncg.edu			
Web	http://faitic@uvigo.es			
Descrición xeral	El alumno autoevaluará sus puntos fuertes y débiles como orador y aprenderá a diseñar y poner en escena una exposición profesional en público.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	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.
A6	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.
A10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Identificar y autoevaluar las fortalezas y debilidades personales para potenciar las destrezas comunicativas orales.	A5	B3 B5 B6 B8
Reconocer y manejar adecuadamente las señales no verbales en la comunicación en público.	A5 A10	B1 B4 B5
Comprender y desarrollar las estrategias necesarias para llevar a cabo presentaciones eficaces y persuasivas en distintos contextos profesionales tanto en lengua materna como en un entorno cultural diferente.	A1 A2 A4 A6	B1 B5 B6 B8

Contidos

Tema	
1. FASE DE PREPARACION	1.1.Autoevaluación del perfil personal como orador. 1.2. Las claves del éxito en la fase de preparación. 1.3. Definición del objetivo de la presentación. 1.4. Tipos de audiencia: grandes audiorios y grupos reducidos. 1.5. El dónde y el cuándo: plan de contingencia 1.6. El cómo: uso de soportes audiovisuales y tipología de gráficos. 1.7. El contenido: Estructura, claridad y coherencia 1.8. Técnicas de creatividad: Aperturas y cierres de alto impacto.
2. PUESTA EN ESCENA	2.1. Primer ensayo: Retroalimentación de nuestro estilo personal de comunicación. 2.2. Técnicas de control de la ansiedad. 2.3. Impacto general del lenguaje corporal en la capacidad de persuasión. 2.4. Identificación de puntos fuertes y débiles personales: postura corporal, gestión del movimiento, lenguaje de manos, extremidades inferiores, contácto visual y cualidad vocal. 2.5. Identificación de gestos delatores en la audiencia.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	8	16	24
Presentacións/exposicións	11	22	33
Prácticas externas	0	17	17
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
Sesión maxistral	Presentación de los contenidos de cada tema mediante un extenso uso de ejemplos audiovisuales que sirvan de modelo para la adquisición de las estrategias de comunicación en público, tanto a nivel verbal como no verbal.
Presentacións/exposicións	Realización de prácticas en el aula en formato de alta presión (3ms) y en formatos de duración estandard (20ms). Durante las mismas los alumnos recibirán retroalimentación de sus compañeros y del propio profesor para ir definiendo su plan de mejora personal. La última presentación práctica en el aula será grabada para su visionado por el alumno y su uso como herramienta de mejora para preparar la exposición de evaluación final de la materia.
Prácticas externas	En base al diagnóstico de mejora personal obtenido en aula, los alumnos prepararán los diversos ensayos en clase y sus ensayos de modo autónomo. Los alumnos serán guiados para la realización de dichas prácticas en algunos casos mediante formularios de retroalimentación.
Actividades introdutorias	Realización de un test de autoevaluación del estilo de oratoria personal para la definición inicial de puntos críticos del plan de mejora.

Atención personalizada

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Presentacións/exposicións	Los alumnos realizarán un primer taller práctico en el que se les propocionará feedback y una grabación para identificar sus puntos de mejora personal. En el segundo taller se evaluará la calidad de la presentación realizada tanto en forma (comunicación no verbal y soportes) como el diseño del contenido.	100

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

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,

Carbonell, R, **Presentaciones eficaces en público**, Edaf,

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.garrreynolds.com/,
http://www.eduteka.org/,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación Non Verbal/V01M094V01111

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación Non Verbal/V01M094V01111
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 Maiz Bar, Carmen			
Profesorado	Maiz Bar, Carmen Rodríguez Gallardo, Ángel			
Correo-e	cmaizbar@hotmail.com anrogall@uvigo.es			
Web	http://faitic@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 de titulación	
Código	
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A3	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.
A5	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.
A6	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.
A12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia		
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.	A2 A6 A12	B1 B4 B11
Conocer e interiorizar el impacto multicultural en diversos ámbitos de la comunicación empresarial.	A2 A3 A6 A12	B1 B4 B5 B11

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.	A2 A3 A6 A12	B1 B4 B5 B6 B11
Conocer y saber utilizar recursos bibliográficos y fuentes web fiables para la preparación de encuentros con profesionales de otras culturas	A5 A6	B1 B4 B5 B9

Contidos	
Tema	
1. Introdución	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
Estudo de casos/análises de situacións	Participación do alumnado en debates e estudos/análises de casos e situacións específicas.	50
Traballos tutelados	Traballos e presentacións/exposicións realizados polo alumnado, relacionados co temario da materia.	50

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	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 de titulación	
Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A11	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.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
B9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Aprendizase da teoría e das técnicas de comunicación política e electoral a través de casos práticos: estudos de mercado, deseño de estratexias, etc.	A1 A2	B1 B3
Aprender a discenir 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.	A11	B6 B7 B8 B9

Contidos	
Tema	
1. Comunicación Política	1.1.Investigación e Planificación dunha campaña electoral 1.2. A ejecución 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
Probas prácticas, 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
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 individualiza ou en grupo en forma de titorías para calquera dos aspectos da planificación docente.
Estudo de casos/análises de situacións	Os alumnos recibirán atención individualiza ou en grupo en forma de titorías para calquera dos aspectos da planificación docente.
Debates	Os alumnos recibirán atención individualiza ou en grupo en forma de titorías para calquera dos aspectos da planificación docente.
Sesión maxistral	Os alumnos recibirán atención individualiza ou en grupo en forma de titorías para calquera dos aspectos da planificación docente.

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
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				
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Gutierrez González, Pedro Pablo			
Profesorado	Gutierrez González, Pedro Pablo			
Correo-e	pablogtz@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	(*)Se trata de una materia profundamente ligada al diseño gráfico publicitario y su relación con la impresión, bien sea en medios, artes gráficas, cartelismo o cualquier manifestación necesitada de estas técnicas. La tipográfia, el color, los medios impresos, las artes gráficas, las publicaciones de empresa y una introducción al diseño gráfico, conforman la columna vertebral de la asignatura.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	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.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	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.
A7	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.
A10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
A11	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.
A12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
B9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
B10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Competencias de materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)Introducción elemental la evolución histórica de la comunicación publicitaria.	A1
(*)Conocimiento teórico-práctico de la publicidad y de sus procesos y estructuras organizativas.	A5
(*)Aproximación al mundo de las empresas de publicidad.	A4 A10

(*)Conocimiento de los procesos encaminados a la elaboración de los mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación, de la generación de la idea a su emplazamiento y posterior evaluación	A11	
(*)Introducción al conocimiento de la estructura de los medios publicitarios convencionales, no convencionales e interactivos.	A4 A12	
(*)Enumeración de los procedimientos de análisis y medición de la recepción y de la eficacia publicitaria		B4
(*)Introducción a las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios.	A7	
(*)Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. La realización de las piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva.		B5
(*)Conocimiento del producto publicitario y capacidad para elegir el más adecuado a cada necesidad estratégica.	A4	
(*)Capacidad y habilidad para establecer la planificación publicitaria, fijando objetivos, definiendo el público objetivo, planteando estrategias y controlando el presupuesto		B7
(*)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	A12	
(*)Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión publicitaria en sus aspectos creativos		B8
(*)Capacidad para trabajar en equipo.		B10 B12
(*)Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno.		B10
(*)Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico		B4
(*)Capacidad de fijar objetivos relacionando causa y efectos		B5
(*)Capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas, tanto del profesional publicitario como de aquél responsable de la inserción en el medio		B6
(*)Rudimentos conducentes a la futura capacidad del alumno para adaptar sus conocimientos a los objetivos organizacionales de los anunciantes que contratan publicidad		B9
(*)Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar conocimientos en esta disciplina		B3
(*)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 publicitarios		B1

Contidos

Tema	
(*)Tema 1. La comunicación persuasiva.	(*)Concepto general. Comunicación persuasiva aplicada: La publicidad . Los productos publicitarios. Los servicios de agencia en la publicidad. Aspectos fundamentales de la comunicación persuasiva: 10 claves.
(*)Tema 2. La actividad previa a la producción publicitaria.	(*)El origen de la comunicación persuasiva: La captación y ordenación de datos, y la creatividad. Concepción general del briefing. Un sistema específico de captación de datos para la publicidad impresa. Pensar para trabajar: Creatividad y sistemas para la búsqueda y desarrollo de las ideas. La persuasión en la presentación al cliente: opciones técnicas. Consideraciones acerca de la creatividad publicitaria.
(*)Tema 3. La creación de una Identidad Corporativa Gráfica	(*)Principios generales de la identidad corporativa gráfica. Los componentes de la identidad corporativa gráfica. Trabajo sobre el nombre de la marca. Estructuras elementales: El lenguaje de las formas. Logotipo y símbolo. Estudios de valoración y de aplicaciones. Presentación al cliente. Modalidades de presentación. Manual corporativo gráfico simple. Manual corporativo gráfico complejo.
(*)Tema 4. Aspectos generales de la composición. Introducción al diseño gráfico.	(*)Apuntes sobre la percepción. Componentes básicos del proceso visual. Aspectos sensoriales y comunicacionales del color. Dinámica, sensación y significado de los colores. Estética y estilo en la composición gráfica. Consideraciones sobre el diseño gráfico publicitario.
(*)Tema 5. Medios Convencionales: El anuncio impreso, la cuña de radio, el spot de televisión y la publicidad exterior.	(*)El esquema del original publicitario. Concepto de bloques y retícula. Tipos de letras. Algunos conceptos tipográficos para la publicidad. Legibilidad. Las palabras. Los títulares. El slogan: De la llamada al bottom line. El texto. Los elementos gráficos: La ilustración y la fotografía. Los elementos de identificación. Líneas de organización estructural de un anuncio: El montaje. La publicidad en radio. La elaboración de una cuña. La publicidad en TV. El story board. Producción y postproducción. Las vallas publicitarias y todos sus derivados. Los espacios publicitarios. El diálogo estudio prensa. Normas para el envío de originales. Consideraciones generales sobre el anuncio publicitario.

(*)Tema 6. Introducción general a las artes gráficas: La imprenta.	(*)Aspectos básicos de las artes gráficas. Sistemas de impresión. Fotomecánica y fotocomposición. El sistema directo a plancha. La resolución. El papel. Tipos de papel y su relación con la publicidad impresa. Las tintas. Introducción al software para la preimpresión: Corel Draw, Ilustrator y Photoshop. El escáner. El proceso completo de impresión. Relación comercial con la imprenta. Demanda y elaboración de un presupuesto. Normas para el envío del arte final.
(*)Tema 7. Los trabajos publicitarios de imprenta.	(*)Pequeña papelería. El cartel. Las publicaciones de empresa. Factores que inciden en la decisión de hacer una publicación de empresa. Tipos de publicaciones de empresa. Catálogo corporativo. Catálogo de producto. Catálogo mixto. Publicación corporativa de carácter informativo. Revista de información. Boletín de contenido general. Boletín de producto o contenido específico. Boletín interno. Alternativas de distribución y sus costos. Situaciones en las que es recomendable la creación de una publicación propia. Timing de trabajo.

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	Constituye la parte más importante del curso y de la que depende el mayor porcentaje de la calificación final. Son trabajos individuales y colectivos que van desde la creación de una empresa de publicidad, hasta el desarrollo de los principales desempeños que en ella se producen.
Presentacións/exposicións	Son una consecuencia del epígrafe anterior. Todos los trabajos que se realicen colectivamente, de cualquier naturaleza, concluyen con su presentación al resto de la clase. Dichas presentaciones tienen su calificación formal, independientemente de los contenidos.
Sesión maxistral	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**
Traballos tutelados	Por regla general, la atención personalizada se remite a la acción tutorial. No obstante, las clases prácticas y los trabajos tutelados, contemplan una fase de discusión-debate con cada grupo, que también podría considerarse como tal.
Presentacións/exposicións	Por regla general, la atención personalizada se remite a la acción tutorial. No obstante, las clases prácticas y los trabajos tutelados, contemplan una fase de discusión-debate con cada grupo, que también podría considerarse como tal.
Probas	**Descrición**
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Por regla general, la atención personalizada se remite a la acción tutorial. No obstante, las clases prácticas y los trabajos tutelados, contemplan una fase de discusión-debate con cada grupo, que también podría considerarse como tal.

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	Al ser la parte más importante, también llevan 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
Presentacións/exposicións	La actitud, preparación, brillantez, claridad, capacidad de síntesis y capacidad persuasiva, serán evaluados en este nivel.	5
Sesión maxistral	La evaluación de la parte teórica, contempla un examen tipo test, sobre la materia exlicada en clase.	30
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	(*)Se valorará la aportación personal al trabajo colectivo.	5

Outros comentarios sobre a Avaliación

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. Mª, **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			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a				
Profesorado	Campos Freire, Francisco			
Correo-e				
Web				
Descrición xeral	Se trata de una materia profundamente ligada a 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 de titulación	
Código	
A1	(*)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.
A2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	(*)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.
A7	(*)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.
A8	(*)Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
A9	(*)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.
A10	(*)Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
A11	(*)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.
A12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B3	(*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B4	(*)Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
B5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	(*)Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
B9	(*)Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
B10	(*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.
B12	(*)Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Introducción elemental la evolución histórica de la comunicación periodística	A1	
Conocimiento teórico-práctico de la comunicación periodística y de sus procesos y estructuras organizativas.	A5	
Aproximación al mundo de las empresas de medios de información y organizaciones de comunicación	A4 A10	
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	A1 A5 A8	B5
Introducción al conocimiento de la estructura de los medios informativos convencionales, no convencionales e interactivos.	A4 A12	
Enumeración de los procedimientos de análisis y medición de la recepción de la comunicación periodística	A9 A12	B11
Introducción a las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes periodísticos	A7	
Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje informativo. La realización de las piezas periodísticas básicas y supervisión de su producción definitiva.	A8 A11	B9
Conocimiento del producto periodístico y capacidad para elegir el más adecuado a cada necesidad estratégica.	A4	
Capacidad y habilidad para establecer la planificación de la comunicación informativa, fijando objetivos, definiendo el público objetivo, planteando estrategias y organizando los procesos	A2 A7	B12
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	A12	
Capacidad y habilidad para el ejercicio de la profesión periodística en sus aspectos creativos		B8
Capacidad para trabajar en equipo.		B10 B12
Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno.		B10
Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico		B4
Capacidad de fijar objetivos relacionando causa y efectos		B5
Capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas, tanto del profesional periodísitico como de aquél responsable de la inserción en el medio		B6
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		B9
Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar conocimientos en esta disciplina		B3
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		B1

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, multimedios 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.

Metodologías

	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

	Descrición	Cualificación

Seminarios	Se evalarán los trabajos realizados en el propio seminario.	5
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
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
Sesión magistral	La evaluación de la parte teórica, contempla un examen tipo test, sobre la materia explicada en clase.	30

Outros comentarios sobre a Avaliación

Fuentes de información

Armentia Vizuete, 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 recomenda cursar simultaneamente

Elaboración del mensaje publicitario/P04G190V01401
Producción publicitaria en medios audiovisuales/P04G190V01504

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104
Estructuras y actividad de la agencia publicitaria/P04G190V01403

DATOS IDENTIFICATIVOS				
O Protocolo como Ferramenta para a Comunicación				
Materia	O Protocolo como Ferramenta para a Comunicación			
Código	V01M094V01204			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Dpto. Externo Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Ramos Fernández, Luis Fernando			
Profesorado	Castro Maestre, María del Mar Ramos Fernández, Luis Fernando			
Correo-e	ferramos@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	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.
A3	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.
A5	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.
A6	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.
A11	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.
A12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
B12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Competencias de materia		
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.	A1 A3 A5 A6 A11 A12	B1 B7 B8 B12
Proporcionar coñecementos teóricos básicos sobre os principios que rexen a interpretación consecutiva, simultánea e de enlace en Idioma 2.		

Contidos
Tema

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

La comunicación corporativa e institucional

PRIMERA PARTE

Expresiones de la cultura e identidad de las organizaciones

1. Identidad y cultura corporativa en la comunicación institucional

2. La imagen como valor estratégico

3. Reputación Corporativa y Responsabilidad Social Corporativa. Elementos para las relaciones sociales

4. Marketing social y relaciones con los entornos. El protocolo de lo cotidiano.

5. Comunicación estratégica y estrategia para la comunicación. Del cabildeo a la crisis. Protocolos de acción.

SEGUNDA PARTE

Los procesos comunicativos y la representación pública. Protocolo e imagen del poder

6. El proceso comunicativo en las organizaciones y la gestión de recursos humanos

7. La comunicación institucional y la publicidad institucional

8. La representación pública. Modelos.

9. Representación y honor social. El protocolo oficial como reconocimiento del poder.

10. Ética y Deontología de la Comunicación

11. Comunicación y pluralismo. Choque de culturas. Protocolo e inmersión cultural.

.
TERCERA PARTE

El protocolo como herramienta de la comunicación institucional

I. EL PROTOCOLO COMO NORMA

La norma como mandato y la distribución del poder.
El protocolo oficial en España.
El protocolo como herramienta comunicativa.
La sociedad civil y las entidades corporativas.
El mundo oficial y sus relaciones con la sociedad civil.
El Derecho Premial
Protocolo autonómico y local.
Protocolo y Derecho Diplomático

II LOGÍSTICA Y ORGANIZACIÓN

Planificación.
Ejecución.
Seguridad.
Relaciones con los medios de comunicación.
Solución de conflictos.
Agasajo.
Discursos.
La jerarquización en el protocolo corporativo.

III ACTOS PROPIOS DE LAS ENTIDADES.

Tipos de actos.
La vida social en la empresa y las instituciones.
Referentes de la cultura corporativa.
Ferias y Exposiciones.
Patrocinio y mecenazgo.
Visita de Autoridades.
Presentaciones.
Inauguraciones.
Efemérides.
Primeras Piedras.
Obsequios corporativos.
Firma de Convenios.
Entrega de premios.
Libros de honor

Anexos.

La Casa Real
Los símbolos nacionales y sus usos: Las banderas.
Los tratamientos.
Etiqueta y Protocolo.

CUARTA PARTE

CASOS PRÁCTICOS DE RR.PP y PROTOCOLO

Los Premios Nobel
Los Premios Príncipe de Asturias
Casos de Protocolo de Empresa, RR. PP. y relaciones con los entornos.

(*)2. Consideraciones generales en la organización de eventos 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	(*)2.9.1. Jerarquización de los puestos en el protocolo corporativo
(*)3. Las relaciones con los entornos 3.1. Tipos de actos. 3.2. La vida social en la empresa y las instituciones 3.2.1. Referentes de la cultura corporativa	(*)3.3. Ferias y Exposiciones 3.4. Patrocinio y mecenazgo 3.5. Visita de Autoridades 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 Religoso
(*)5. Usos y costumbres sociales	(*)5.1. Urbanidad y cortesía

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Obradoiros	20	0	20
Sesión maxistral	90	0	90
Informes/memorias de prácticas	0	20	20
Traballos e proxectos	0	20	20

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Obradoiros	Talleres sobre los temas desarrolados durante el curso
Sesión maxistral	Explicaciones sobre los contenidos del curso

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición

Sesión maxistral	Eso que se ha dado en llamar el ecosistema informativo es un bosque saturado de mensajes. Gran parte de la actividad de los líderes; es decir, de las personas con responsabilidades en los ámbitos de la empresa, las instituciones o la política, consiste en recibir, generar, procesar o decidir sobre información. Por tanto, una de las habilidades necesarias a todos los que deben gobernar o ejecutar aquellas acciones consiste en saber relacionarse con los diversos fenómenos de la comunicación, dentro y fuera de las organizaciones. En las instituciones públicas esta habilidad comunicativa constituye uno de los elementos esenciales para realizar una acción efectiva y generadora de confianza. No solamente se debe Saber hacer, sino Saber decir. Saber explicar, sobre todo las decisiones controvertidas, pero necesarias, es una rara capacidad que no todos poseen, pero que como todo en la vida se aprende, se genera a través del adiestramiento, la formación y la práctica. Pero aparte de Saber hacer y Saber decir es preciso ahora Saber estar. El módulo se introduce de manera genérica en cultura corporativa y sus manifestaciones, para adentrarse en el valor estratégico de la comunicación, la imagen y la reputación de la institución y abordar su encuadre en un planteamiento ético de sus acciones, sin obviar la cuestión de la comunicación y el choque de culturas como marco general. La última parte se dedica íntegramente al protocolo y la comunicación institucional como herramientas eficaces para la excelencia, la imagen y los objetivos de empresas e instituciones, para concluir con un ilustrativo conjunto de casos prácticos reales de comunicación de instituciones, empresas, relaciones públicas y comunicación en diversas situaciones. Entre las habilidades de la comunicación, se encuentran una serie de factores, desde la capacidad persuasiva que se aprende- al manejo de los recursos expresivos del idioma o la propia simpatía personal o la capacidad para salir airoso en determinadas situaciones. En este sentido, el Protocolo es la Ciencia de la Excelencia; es decir, la técnica que atiende a la necesidad de alcanzar la eficiencia y la perfección de las acciones humanas que tienen por objeto mostrar la imagen pública de una institución en el ámbito de la comunicación global. Es uno de los ámbitos de fijación y expresión de la identidad y la imagen corporativa de las entidades; en una de las expresiones de su cultura y de su sistema de valores. Se nos abre, entonces, un campo ilimitado para el estudio científico y académico del papel desempeñado por el Protocolo a lo largo de la historia en la comunicación estratégica de las organizaciones y el papel que actualmente ejerce en la sociedad global.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Informes/memorias de prácticas	informes realizados sobre las prácticas	40
Traballos e proxectos	Trabajos sobre los temas vistos durante el curso	60

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

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

Ferrnando 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 instituiçôes.**, Lisboa, Media XXI, Formalpress,

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

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Comunicación Institucional e Política/V01M094V01201

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Facilitadores e Barreiras na Comunicación/V01M094V01110
Linguaxe Empresarial/V01M094V01108

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Novas Tecnoloxías Aplicadas á Xestión da Comunicación nas Organizacións				
Materia	Novas Tecnoloxías Aplicadas á Xestión da Comunicación nas Organizacións			
Código	V01M094V01205			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	http://www.webs.uvigo.es/santome			
Descrición 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 de titulación	
Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A7	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.
A8	Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
A11	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.
A12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
B10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
(*)	A1 A7	B1 B5 B10
(*)Afianzar as habilidades de comunicación tendo en conta os *facilitadores e barreiras e os distintos estilos persoais de comunicación	A2 A11	B3 B8

(*)Crear e desenvolver ideas de proxectos *comunicativos coas ferramentas en liña dispoñibles.	A8 A11	
(*)Concibir, producir e deseñar mensaxes *comunicativos adecuados ao público obxectivo ao que se dirixen.		B5
(*)*Coordinar equipos e *liderar a creación de campañas *comunicativas coas novas tecnoloxías.	A12	B6 B11

Contidos	
Tema	
(*)	(*)
(*)	(*)
(*)3. *Web 2.0. Novas oportunidades para as organizacións de xestión de recursos desde calquera dispositivo con acceso a *Internet.O usuario é un protagonista activo que crea e comparte documentos de toda índole a unha rede dinámica e *participativa como é a *web 2.0. Existe a oportunidade de publicar e deixar que os outros aporten os seus comentarios máis aló dun *buzón de suxestións tradicional ou un e-*mail de contacto. Todos somos potenciais xornalistas ou emisores ante un vehículo *comunicacional *gratuíto e *accesible. *Democratización dos medios informativos? Novas posibilidades de publicitarse? *Ilimitadas redes de encontro?	(*)3.1. Fundamentos da *web 2.0.3.2. Ferramentas (presentacións, *marcadores sociais, *sindicación de contidos, compartir/recuperar imaxes, vídeos)3.3. Os *blogs3.4. Creación dos *blogs como fiestra de contidos de empresa3.5. Os *wikis3.6. As redes sociais
(*)4. Comunicación alternativa e novos *formatos *comunicativos publicitarios.	(*)4.1. Novos *formatos publicitarios para novos públicos. 4.2. *Aproximación ao concepto de *marketing *viral.4.3. Exemplos internacionais e nacionais pezas *audiovisuales.4.4. Conclusións

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	5	5	10
Titoría en grupo	5	10	15
Prácticas en aulas de informática	10	10	20
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Traballos e proxectos	0	5	5
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.			

Metodoloxía docente	
	Descrición
Sesión maxistral	Explicación de contidos teórico-prácticos na aula de informática.
Titoría en grupo	Clases de presentación do curso, de traballos e actividades. Así como exposicións e defensa de prácticas.
Prácticas en aulas de informática	Traballos dirixidos na aula empregando as ferramentas web aplicando as explicacións teóricas a ideas, empresas ou productos concretos.
Prácticas autónomas a través de TIC	Realización de proxecto autónomo por parte do alumno.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Prácticas autónomas a través de TIC	Supervisión personalizada das prácticas propostas durante a materia.

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Titoría en grupo	- Propostas de proxectos. - Exposicións de traballos. - Análisise de exemplos reais.	40
Prácticas autónomas a través de TIC	Elaboración de proxecto de comunicación publicitaria con ferramentas web 2.0.	60

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

MÓNICA VALDERRAMA, **BLOG DE LA MATERIA**,

Sánchez, J. y Pintado, T., **Nuevas tendencias en comunicación**, ESIC EDITORIAL,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Prácticas en Empresas/V01M094V01206

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Comunicación Persuasiva/V01M094V01202

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Facilitadores e Barreiras na Comunicación/V01M094V01110

Presentacións 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	Castelán			
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 perfiles das mesmas.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	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.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	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.
A7	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.
A11	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.
A12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
B9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
B12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Competencias de materia		
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.	A1 A12	B7
Recoñecer e manexar axeitadamente os sinais verbais na comunicación interpersoal e en público		B4
Coñecer e saber utilizar recursos bibliográficos ou fontes web fiables para a preparación de encontros con outras culturas.	A2 A5 A11	
Capacidade de aprendizaxe autónoma e continua dos contextos técnicos e teóricos relacionados cun proxecto profesional relacionado coa comunicación.	A5	B8 B9
Saber planificar un traballo de aplicación ao mundo da comunicación profesional segundo unha metodoloxía específica.	A4 A7	B12
Selección, organización e avaliación da documentación relevante relacionada coa comunicación profesional coa súa metodoloxía e recursos tecnolóxicos e coas súas referencias axeitadas.	A5	B9 B12

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 prático na empresa.
Prácticas externas	A empresa emitirá un informe sobre o periodo de práticas.

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

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	Valorarase a calidade dos traballos realizados durante o período de prácticas.	40
Prácticas externas	Valorarase o desenvolvemento nas tarefas deseñadas polas empresas ou institucións responsábeis.	60

Outros comentarios sobre a Avaliación

De non acadar a cualificación de 5, os tutores profesionais emitirán un informe razonado.

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				
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Rodríguez Gallardo, Ángel			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio Rodríguez Gallardo, Ángel			
Correo-e	anrogall@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 de titulación	
Código	
A1	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.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A6	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.
A7	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.
A8	Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
A9	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.
A11	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.
A12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.
B12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Competencias de materia		
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.	A6 A9 A12	B12
Recoñecer e manexar axeitadamente os sinais non verbais na comunicación interpersoal e en público.	A1	B11
Coñecer e saber utilizar recursos bibliográficos ou fontes web fiables para a preparación de encontros con outras culturas.	A8 A11	B12
Saber planificar un traballo de aplicación ao mundo da comunicación profesional segundo unha metodoloxía específica.	A8 A12	B12

Selección, organización e avaliación da documentación relevante relacionada coa comunicación profesional, coa súa metodoloxía e recursos tecnolóxicos e coas súas referencias bibliográficas axeitadas.	A4 A7	B1 B11

Contidos

Tema

1. Título
2. Índice
3. Resumo
4. Introdución e metodoloxía
5. Exposición e desenvolvemento
6. Conclusións
7. Bibliografía
8. Anexos

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
Estudo de casos/análises de situacións	Aplicación práctica en casos e situacións da hipótese de traballo.	20
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Capacidade crítica	10
Proxectos	Presentación escrita do proxecto. Dominios das técnicas de comunicación na defensa do proxecto.	40
Metodoloxías integradas	Rigor metodolóxico. Uso de recursos.	30

Outros comentarios sobre a Avaliación

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://bibliotecnica.upc.edu/es/content/como-presentar-un-trabajo-academico,

Recomendacións