



Facultad de Filología y Traducción

(*)

(*)

Horarios

Horarios

(*)

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

Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios

Asignaturas

Curso 1

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V01M094V01101	Lengua y Pensamiento	1c	3
V01M094V01102	Comunicación y Lenguaje	1c	3
V01M094V01103	Técnicas de Redacción en Español	1c	3
V01M094V01104	Técnicas de Redacción en Gallego	1c	3
V01M094V01105	Técnicas de Redacción en Inglés	1c	3
V01M094V01106	Lenguaje Científico-Técnico	1c	3
V01M094V01107	Lenguaje Jurídico-Judicial	1c	3
V01M094V01108	Lenguaje Empresarial	1c	3
V01M094V01109	Lenguaje en las Industrias Culturales	1c	3
V01M094V01110	Facilitadores y Barreras en la Comunicación	1c	3
V01M094V01111	Comunicación No Verbal	1c	3
V01M094V01112	Presentaciones Eficaces	1c	3
V01M094V01113	Comunicación Intercultural	1c	3
V01M094V01201	Comunicación Institucional y Política	2c	3
V01M094V01202	Comunicación Persuasiva	2c	3
V01M094V01203	Comunicación Periodística	2c	3
V01M094V01204	El Protocolo como Herramienta para la Comunicación	2c	6

V01M094V01205	Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Gestión de la Comunicación en las Organizaciones	2c	3
V01M094V01206	Prácticas en Empresas	2c	6
V01M094V01207	Trabajo Fin de Máster	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Lengua y Pensamiento				
Asignatura	Lengua y Pensamiento			
Código	V01M094V01101			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Lengua española			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio			
Correo-e	arifon@uvigo.es			
Web	http://www.masterlenguaycomunicacion.com			
Descripción general	Reflexión sobre la posibilidad de expresar lingüísticamente la verdad y las posibilidades y técnicas de persuasión a través del habla.			

Competencias	
Código	
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C7	(*)Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C10	(*)Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
C11	(*)Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
D1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D2	(*)Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.
D5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D6	(*)Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
D11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Comprender la conexión entre lenguaje y lógica.	A3 A4 C1 C2 D1 D2 D11

Comprender la conexión entre argumentación, significado y verdad.	A3 C1 C10 D1 D2 D5
Aprender a reconocer los aspectos *persuasivos de *calqueira cuestión.	A3 A4 C11 D1 D5 D6
Saber como usar el lenguaje para convencer.	A3 A4 C4 C7 C10 C11 D5 D6

Contenidos

Tema	
1. Lenguaje y pensamiento	1.1 Aproximación a los conceptos 1.2 Relaciones entre lenguaje y pensamiento
2. Lenguaje y verdad	2.1 Aparición de la Lógica 2.2 Argumentos: fortalezas y debilidades
3. Lenguaje y política	3.1 Retórica y poder 3.2 Discurso y opinión
4. Lenguaje y comunicación	4.1 La comunicación: es posible?

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	1	2
Seminarios	18	48	66
Trabajos y proyectos	1	6	7

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividades encaminadas a tomar contacto y reunir información sobre el alumnado, así como a presentar la materia.
Seminarios	Actividad dedicada a presentar los contenidos de la materia, con participación del alumnado y posibilidad de preguntas y discusión.

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	El profesor ayudará al alumnado a fijar los objetivos y métodos de los trabajos de aula; orientará su estudio en las *tutorías; y explicará antes de cada ejercicio lo prueba la estructura y contenido de ellos.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Seminarios	Se evalúa la asistencia, atención y participación	30	A3	C2	
Trabajos y proyectos	Se evalúa la originalidad, calidad de la expresión y precisión de conceptos.	70	A3 A4	C7	D2 D6

Otros comentarios sobre la Evaluación

En la segunda edición de actas, evaluación mediante prueba presencial de la totalidad de los contenidos del programa.

Fuentes de información

Aristóteles, **Organon I**, Gredos,

Aristóteles, **Organon II**, Gredos,

Aristóteles, **Retórica**, Gredos,

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

Platón, **Gorgias**, Gredos,

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

Recomendaciones

Otros comentarios

Sin requisitos previos.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación y Lenguaje				
Asignatura	Comunicación y Lenguaje			
Código	V01M094V01102			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Traducción y lingüística			
Coordinador/a	Ramallo Fernández, Fernando			
Profesorado	Ramallo Fernández, Fernando			
Correo-e	framallo@uvigo.es			
Web	http://www.lenguaycomunicacion.com			
Descripción general	Materia dedicada a profundizar en las relaciones entre la comunicación y el lenguaje, con un foco en las situaciones comunicativas relacionadas con los negocios.			

Competencias

Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C3	(*)Integrar conocimientos y poder desarrollar un proceso de comunicación sólido a partir de una información que, aunque sea incompleta, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas al proceso comunicativo.
C7	(*)Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C9	(*)Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionales.
D1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D6	(*)Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Ser capaz de pensar críticamente con respeto a los problemas relacionados con el lenguaje y la comunicación en el mundo actual	A3 C1 C2 C3 C9 D1 D6
Conocer las dificultades más frecuentes en la comunicación y saber adaptar las actitudes idóneas para la gestión de conflictos interpersonales, interculturales y de equipo.	A3 C1 C2 C9 D1 D6

Contenidos**Tema**

1. Comunicación y lenguaje	1.1. ¿Qué es la comunicación? 1.2. ¿Cuáles son los medios de la comunicación lingüística?
2. Lenguaje e interacción social	2.1. Estilos conversacionales 2.2. Competencia comunicativa 2.3. Cortesía lingüística 2.4. Lenguaje y género
3. Nosotras y nosotros en el discurso	3.1. La presencia de la autoría en los textos 3.2. Estrategias discursivas en los ámbitos profesionales

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	9	9	18
Actividades introductorias	1	0	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	5	35	40
Informes/memorias de prácticas	1	15	16

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y metodológicas
Actividades introductorias	Presentación de la materia y evaluación del punto de partida
Resolución de problemas y/o ejercicios	Sesiones dedicadas a la resolución práctica de ejercicios relacionados con las cuestiones teóricas

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Atención individualizada y/o grupal para resolver dudas sobre los contenidos de la materia en general y sobre las sesiones de debate en particular.
Pruebas	Descripción
Informes/memorias de prácticas	Atención individualizada y/o grupal para resolver dudas sobre los contenidos de la materia en general y sobre las sesiones de debate en particular.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Sesión magistral	Asistencia y participación en las sesiones teórico-metodológicas	20	A2		
Informes/memorias de prácticas	El alumnado debe realizar un trabajo práctico con la tutorización de la docente del que deberá entregar un informe sobre la obtención del corpus textual, metodología empleada y principales conclusiones.	80	A1 A3	C3	D1 D6

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación en la segunda edición de las actas será la entrega del informe de trabajo práctico que tendrá un valor del 100% de la calificación.

Las pruebas da primera edición de actas se entrarán en la última sesión.

La evaluación del estudiantado erasmus se registrá por los mismos criterios.

Se espera de todo el alumnado el máximo rigor en el respeto a las normas éticas del trabajo. En el caso de detectarse prácticas

de copia y/o plagio, la penalización podrá suponer el suspenso de la materia.

Fuentes de información

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

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

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

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

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Técnicas de Redacción en Español				
Asignatura	Técnicas de Redacción en Español			
Código	V01M094V01103			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Lengua española			
Coordinador/a	Rodríguez Barcia, Susana			
Profesorado	Rodríguez Barcia, Susana			
Correo-e	barcia77@uvigo.es			
Web	http://www.lenguaycomunicacion.com			
Descripción general	La materia "Técnicas de redacción en español" tiene como principales objetivos acercar a los discentes las herramientas para alcanzar una correcta redacción en español y proporcionar una base sólida para que puedan llevar a cabo textos profesionales y académicos eficaces en español.			

Competencias	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C6	(*)Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
D1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
D8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Desarrollar y perfeccionar las habilidades de lectura, comprensión y redacción de textos en español.	A1 C1 D1
Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma eficaz por escrito en español.	A4 C6 D5
Articular estrategias de redacción orientadas a la creación de informes, artículos, memorias, correos electrónicos y otros tipos de escrito con el propósito de mejorar la comunicación escrita en entornos profesionales.	A2 C6 D7
Ampliar y fijar de forma más precisa la lista de léxico en español, sobre todo en el que se refiere al léxico más empleado en los ámbitos profesionales.	A2 C1 D1
Adoptar una actitud positiva y de avance constante frente los desafíos que implica la redacción textual y el conocimiento lingüístico de alto nivel.	A4 C6 D8

Contenidos	
Tema	
Tema 1. Escribir bien.	1.1. Ortografía y Ortotipografía. 1.2. Principales problemas de redacción. 1.3. Pragmática de la puntuación. 1.4. Herramientas para una correcta redacción.
Tema 2. Composición de un texto.	2.1. La elaboración del texto. 2.2. Organización en función del contenido. 2.3. Fases en la elaboración de un texto: el párrafo, la frase y la palabra.
Tema 3. La escritura coherente.	3.1. Procedimientos léxicos para mantener la cohesión textual. 3.2. Procedimientos gramaticales para mantener la cohesión textual. 3.3. La progresión temática.
Tema 4. Secuencias textuales.	4.1. Argumentación. 4.2. Exposición. 4.3. Descripción. 4.4. Narración.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	11	13
Trabajos tutelados	5	20	25
Trabajos de aula	5	20	25
Sesión magistral	4	8	12

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Actividades introductorias	Actividad teórica y práctica de presentación, introducción y evaluación diagnóstica del nivel.
Trabajos tutelados	Actividad práctica. Se formularán en el aula cuatro actividades relacionadas con la elaboración y reformulación textual en español. Los trabajos serán desarrollados con la orientación de los docentes.
Trabajos de aula	Actividad práctica. Los discentes realizarán unas tareas relacionadas con los contenidos de la materia.
Sesión magistral	Actividad teórica. Consiste en la exposición de los contenidos generales de la materia con el objetivo de comunicar conocimientos, estrategias y metodologías. Las explicaciones estarán ordenadas y bien estructuradas y contarán con ejemplos claros que aseguren la comprensión de los contenidos. Ocasionalmente podrán estar apoyadas por presentaciones.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	En el relativo a los trabajos tutelados y proyectos, el docente reservará un tiempo de atención personalizada con el fin de atender y resolver las dudas del alumnado. Este tiempo se distribuirá en relación con las necesidades puntuales de los discentes, que podrán asistir a las tutorías habituales, a las tutorías colectivas o concertar otras específicas en función de su disponibilidad.
Trabajos de aula	En el relativo a los trabajos tutelados y proyectos, el docente reservará un tiempo de atención personalizada con el fin de atender y resolver las dudas del alumnado. Este tiempo se distribuirá en relación con las necesidades puntuales de los discentes, que podrán asistir a las tutorías habituales, a las tutorías colectivas o concertar otras específicas en función de su disponibilidad.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Trabajos tutelados	Se trata de actividades, realizadas de forma autónoma con apoyo docente, relacionadas con la elaboración y reformulación textual en español. Estas actividades constituirán una parte del proyecto final que los discentes tendrán que entregar al final del curso.	80	A1 A2	C1 C6	D5 D8
Trabajos de aula	Los discentes realizarán un proyecto final con el fin de superar la materia. Este proyecto consistirá en la composición de un escrito profesional en el que, además de integrar los distintos trabajos tutelados, incorporen una muestra significativa de discurso escrito y den coherencia al conjunto del texto.	20	A1 A2 A4	C1	D1 D7

Otros comentarios sobre la Evaluación

En la primera convocatoria se tendrán en cuenta la resolución de los ejercicios tal como se especifica arriba.

En la segunda edición de actas el alumnado tendrá que entregar cinco actividades planteadas por la docente y que tendrán un valor del 20% cada una sobre la calificación total.

Fuentes 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: Edinumen,

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

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Técnicas de Redacción en Gallego				
Asignatura	Técnicas de Redacción en Gallego			
Código	V01M094V01104			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Dpto. Externo Lengua española			
Coordinador/a	Rodríguez Barcia, Susana			
Profesorado	Casás Aguín, Zaixega Rodríguez Barcia, Susana			
Correo-e	barcia77@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descripción general	El programa se centra en el estudio de las propiedades y de la organización interna de las manifestaciones discursivas escritas (y orales), así como de la tipología textual que se establece a partir de esa organización. Se propone un estudio fundamentalmente práctico, en el que se presentan de manera sucinta los conceptos necesarios para analizar y producir diferentes tipos de textos.			

Competencias

Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C6	(*)Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
D5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D10	(*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Articular estrategias orientadas a la creación de texto de diversos tipos dentro del estilo profesional.	A2 C1 C4 D5 D10
Planificar un escrito acomodado al contexto y a su uso profesional.	A2 A5 C4 C6 D10
Ampliar los conocimientos del gallego escrito así como de las técnicas necesarias para elaborar un buen escrito.	A1 C6 D5

Contenidos	
Tema	
Redacción y construcción de textos en gallego	1. El texto: propiedades a. La adecuación b. La coherencia c. La cohesión d. Los marcadores y conectores discursivos: clasificación - Marcadores o conectores lógicos - Marcadores o conectores estructurales e. Tipos de textos 2. El párrafo 3. La puntuación a. Los signos de puntuación de primer régimen: interpretación b. Los signos de puntuación de segundo régimen: interpretación c. Usos más frecuentes e indebidos de los signos de puntuación 4. La revisión de los textos a. Niveles de revisión en un texto b. Fuentes normativas del gallego c. Dudas y errores gramaticales 5. Consejos para mejorar la comprensibilidad de un texto 6. Usos de los tipos a. Itálica o cursiva b. Versalita c. Gruesa o negra

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	26	26
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	10	20	30
Resolución de problemas y/o ejercicios	9	9	18
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Ejercicios que se entregarán al alumnado para que realice tareas y que se corregirán en el aula.
Actividades introductorias	Actividades breves en que se definirán una serie de tener relativos a la lengua escrita.
Sesión magistral	Explicación teórica de los contenidos de cada tema y práctica de ejercicios.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejercicios escritos que el alumnado realizará según las instrucciones que reciba.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se atenderá las dudas de los estudiantes y de las estudiantes en tutorías individualizadas o colectivas de acuerdo con sus necesidades de aprendizaje.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejercicios que se resolverán en las sesiones de clase. Preguntas de respuesta abierta y cerrada.	100	A1 A2 A5	C1 C4 C6	D5 D10

Otros comentarios sobre la Evaluación
--

La segunda edición de las actas se evaluará al igual que la primera.

Fuentes de información

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

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

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

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

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

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

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

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

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

Se indicará a lo largo de las sesiones presenciales.

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Técnicas de Redacción en Inglés				
Asignatura	Técnicas de Redacción en Inglés			
Código	V01M094V01105			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a	Constenla Bergueiro, Amadeo Gonzalo			
Profesorado	Constenla Bergueiro, Amadeo Gonzalo			
Correo-e	gonzalo@uvigo.es			
Web	http://www.masterlenguaycomunicacion.com			
Descripción general	Este curso supone un acercamiento a la lengua escrita en inglés en contextos profesionales. Se prestará especial atención a la forma y al registro			

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

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Articular estrategias orientadas a la creación de informes, correos electrónicos y demás tipos de escrito de estilo profesional	A3 C1 C4 D1 D3
Planificar un escrito de manera adecuada al contexto y su uso profesional	A3 C4 C6 D10

Ampliar los conocimientos de inglés como lengua escrita así como de las técnicas necesaria para llevar a cabo un bien escrito

A3
C5
C7
D11

Contenidos

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	2	6	8
Resolución de problemas y/o ejercicios	9	36	45
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	4	16	20
Actividades introductorias	1	1	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Breve explicación teórica de los *contenidos de cada tema seguidos por la práctica de ejercicios
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejercicios escritos que el alumnado deberá ejecutar en función de las instrucciones dadas por el docente.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Ejercicios que se entregarán al alumnado con tareas concretas para realizar que posteriormente serán *corregidas
Actividades introductorias	Actividades breves en que el alumnado deberá definir una serie de tener relacionados con la lengua escrita

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Solventarse cualquier duda que el alumnado pueda plantear

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los *contenidos sobre la materia	10	A3 C4 D1 C6 D10
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejercicios concretos sobre temas propuestos por el docente que el alumnado deberá resolver	45	C1 D3 C5 D11 C7
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividades en que se formulan ejercicios relacionados con la materia.	45	C4 D1 C6 D10 D11

Otros comentarios sobre la Evaluación

El plagio total o parcial de *cualquier trabajo supondrá un suspenso en la materia. La evaluación será de tipo *continuo y el alumnado deberá asistir por lo menos al 80% de las sesiones presenciales. La segunda convocatoria constará de una prueba final escritura con varios ejercicios para desarrollar, que supondrá el 100% de la nota final.

Fuentes de información

Emmerson, P., **E-mail English**, McMillan,
Brieger, N., **Writing**, Collins,
Evans, V., **Successful Writing. Proficiency**, Express Publishing,

Recomendaciones

Otros comentarios

Se recomienda poseer un nivel intermedio de inglés.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Lenguaje Científico-Técnico				
Asignatura	Lenguaje Científico-Técnico			
Código	V01M094V01106			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Lengua española			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio			
Correo-e	arifon@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descripción general	La materia tiene como objetivo el estudio y análisis de los documentos más habituales en el ámbito científico y tecnológico.			

Competencias

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

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

Diferenciar las características del lenguaje científico y tecnológico frente a otros lenguajes.	A3 A4 C6 C9 C10 D10
Dominar las técnicas para la redacción, corrección y revisión de textos científicos y técnicos.	A4 C4 C7 D10 D11
Adaptar el texto científico a los distintos niveles de especialización habida cuenta el público objetivo y el contexto de comunicación.	A3 C2 C4 D7
Aplicar los conocimientos gramaticales, léxicos y culturales a la revisión, corrección y redacción de textos científicos y técnicos.	A3 A4 C2 C9 D7
Emplear las herramientas de información y fuentes necesarias para la confección, corrección y revisión de textos de especialidad.	A3 A4 C8 C11 D9

Contenidos

Tema	
1. Las lenguas de especialidad	1.1. Concepto de especialidad. 1.2. Aspectos lingüísticos de las lenguas de especialidad. 1.3. Niveles de especialización.
2. La redacción de textos tecnico-científicos	2.1. El artículo científico 2.2. El informe 2.3. El artículo de divulgación
3. Herramientas para la comunicación técnica	3.1. Los procesadores de textos 3.2. Gestores bibliográficos 3.3. Redes sociales

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	3	4
Resolución de problemas y/o ejercicios	8	24	32
Foros de discusión	4	14	18
Sesión magistral	7	14	21

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividad teórica y práctica. Se hará una revisión de los conceptos generales presentes en diversos textos previamente seleccionados.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Consistirá en la resolución de ejercicios y la confección de textos técnicos o científicos en el aula o fuera de ella. Para su resolución será necesario aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso
Foros de discusión	Consistirá en la discusión de temas en el aula a partir de las exposiciones de las sesiones magistrales, de la resolución de ejercicios y de las lecturas
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los conceptos básicos necesarios de cada tema para alcanzar las competencias de la materia

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se prestará especial cuidado a la atención personalizada a través de la solución de los problemas que tengan los alumnos y alumnas en la resolución de ejercicios y en los foros de discusión; en todo caso, se establecerán horarios de tutorías personalizadas para aquellos que lo deseen y también consultas on line.

Foros de discusión	Se prestará especial cuidado a la atención personalizada a través de la solución de los problemas que tengan los alumnos y alumnas en la resolución de ejercicios y en los foros de discusión; en todo caso, se establecerán horarios de *tutorías personalizadas para aquellos que lo deseen y también consultas on line.
--------------------	--

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios	Esta prueba consistirá en la resolución de diferentes tipos de ejercicios y problemas relacionados con lecturas y, sobre todo, con la confección de textos científicos o técnicos	90	A3 A4	C2 C4 C6 C7 C8 C9 C10 C11	D7 D9 D10 D11
Foros de discusión	En estos foros se fomentará la participación de los alumnos y alumnas y se valorará su espíritu crítico, su capacidad argumentativa y todos aquellos aspectos que tengan relación con la expresión oral	10	A3 A4	C2 C4 C6 C7 C8 C9 C10 C11	D7 D9 D10 D11

Otros comentarios sobre la Evaluación

En la primera convocatoria se tendrán en cuenta a resolución de los ejercicios y la participación en los foros tal como se especifica arriba.

En la segunda edición de las actas se valorará exclusivamente la resolución de problemas o ejercicios.

Fuentes 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 científico**, 1998,

Mari Mutt, J. A., **Manual de redacción científica**, 2006,

Vivanco Cervero, V., **El español de la ciencia y la tecnología**, 2006,

En el curso se entregará una bibliografía completa de cada tema y subtema

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Presentaciones Eficaces/V01M094V01112

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Técnicas de Redacción en Español/V01M094V01103

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Lenguaje Jurídico-Judicial				
Asignatura	Lenguaje Jurídico-Judicial			
Código	V01M094V01107			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a	Enríquez Salido, Carmen			
Profesorado	Enríquez Salido, Carmen			
Correo-e	mcsalido@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descripción general	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

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
C4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
D2	(*)Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Articular estrategias orientadas a la creación de ensayos, informes, memorias, correos electrónicos y demás tipos de escrito con el propósito de mejorar la comunicación escrita en entornos profesionales.	A2 C4 D2
Ampliar y fijar de forma más precisa el repertorio léxico en español, sobre todo en lo que se refiere al léxico más empleado en los ámbitos profesionales	A3 C4 D2
Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo de los contextos técnicos y teóricos relacionados con un proyecto profesional relacionado con la comunicación	A2 C4 D2

Contenidos

Tema	
Tema1.- Caracterización del lenguaje jurídico y judicial	1.1.- Precisión, concisión, claridad 1.2.- Terminología 1.3.- Unidades léxicas y gramaticales
Tema 2.- Tipología textual	2.1.- Autos 2.2.- Providencias 2.3.- Sentencias
Tema 3.- Análisis y estudio de las resoluciones del Tribunal Supremo	3.1.- Civil 3.2.- Penal 3.3.- Social 3.4.- Contencioso-administrativo

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	4	2	6

Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	13	13
Sesión magistral	15	30	45
Trabajos y proyectos	1	10	11

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	 La tutoría constituye la principal referencia educativa para la orientación y seguimiento del trabajo tanto individual como de equipo. En este particular espacio educativo, dispondrán de la atención individualizada y del asesoramiento que precisen tanto a nivel individual como grupal para solucionar cualquier cuestión relacionada con la materia y/o asesorarlos en cualquier cuestión de su interés.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	 La tutoría constituye la principal referencia educativa para la orientación y seguimiento del trabajo tanto individual como de equipo. En este particular espacio educativo, dispondrán de la atención individualizada y del asesoramiento que precisen tanto a nivel individual como grupal para solucionar cualquier cuestión relacionada con la materia y/o asesorarlos en cualquier cuestión de su interés.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Prueba en la que el alumno debe solucionar una serie de problemas y/o ejercicios en un tiempo/condiciones establecido/as por el profesor. De esta manera, el alumno debe aplicar los conocimientos que ha adquirido. La aplicación de esta técnica puede ser presencial y no presencial. Se pueden utilizar diferentes herramientas para aplicar esta técnica como, por ejemplo, chat, correo, foro, audioconferencia, videoconferencia, etc.	50	A2 A3	C4	D2
Trabajos y proyectos	El estudiante presenta el resultado obtenido en la elaboración de un documento sobre la temática de la materia, en la preparación de seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo, de forma oral o escrita	50	A2 A3	C4	D2

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se seguirán los criterios establecidos con carácter general para la evaluación del alumnado del presente máster. En la convocatoria de julio se seguirán los mismos criterios.

Fuentes de información

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

Recomendaciones

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

Competencias

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

Resultados de aprendizaxe

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

Contidos**Tema**

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Traballos de aula	4	10	14
Debates	4	4	8
Traballos tutelados	0	15	15
Proxectos	0	14	14
Sesión maxistral	8	16	24

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodoloxía docente

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

Atención personalizada

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

Avaliación

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Bibliografía. Fontes de información

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

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

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

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

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

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

Recomendacións

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

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

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

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

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	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

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

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

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

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Bibliografía. Fontes de información

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Facilitadores y Barreras en la Comunicación				
Asignatura	Facilitadores y Barreras en la Comunicación			
Código	V01M094V01110			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua 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			
Descripción general	Esta *asignatura facilita la *los alumnos el *conocimiento *y *desarrollo de una técnica *asertiva como *m' *etodo de *gestión de conflictos.			

Competencias

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
C10	(*)Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
C11	(*)Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
C12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
D3	(*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
D5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
D8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer las dificultades más frecuentes en la comunicación y saber adoptar las actitudes adecuadas para la gestión de conflictos interpersonales y de equipo	A2 C10 C11 D3 D7
Desarrollar la capacidad de comunicación en equipos interdisciplinares con perfiles personales, formativos y profesionales muy diversos.	A3 C11 C12 D3 D5 D7 D8

Contenidos

Tema

Materia: Facilitadores y barreras en la comunicación:

- 1.1. Introducción a la Inteligencia emocional.
- 1.2. La IE en las relaciones empresariales.

1. La inteligencia emocional y social

2. Bases del conflicto verbal.

2.1. El lenguaje como elemento coordinador de acciones.

2.2. Los individuos como fenómenos sociales

2.3. El poder de las conversaciones

2.4. Emociones y estado de ánimo

3. Competencias de interacción positiva

3.1. Empatía y asertividad

3.2. Trabajo en equipo y liderazgo

Materia: Comunicación interna

1.1. Canales de Comunicación.

1.2. Matriz de diagnóstico y optimización de los canales de comunicación en la empresa.

1. Lana comunicación interna en lana empresa.

2. Endomarketing y comunicación interna

2.1. La comunicación interna como elemento de fidelización del talento.

2.2. Gestión de la felicidad en el trabajo

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos de aula	10	3	13
Trabajos de aula	7	51	58
Trabajos de aula	2	1	3
Actividades introductorias	1	0	1

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos de aula	Se prestará atención personalizada al alumnado durante los ejercicios prácticos

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Trabajos de aulaLa evaluación constará de 50% ejercicios prácticos y 50% trabajo en equipo	100 A2 A3	C10 C11 C12 D3 D5 D7 D8

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Fuentes de información

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

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

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

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

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

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación No Verbal				
Asignatura	Comunicación No Verbal			
Código	V01M094V01111			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego Inglés			
Departamento	Dpto. Externo Lengua española			
Coordinador/a	Anaya Revuelta, Inmaculada			
Profesorado	Anaya Revuelta, Inmaculada Rodríguez Fernández, Alfonso			
Correo-e	ianaya@uvigo.es			
Web	http://fatic@uvigo.es			
Descripción general	Esta materia está orientada a que el alumno desarrolle los principios técnicos de la comunicación eficaz y las claves de la comunicación no verbal a nivel interpersonal como en sus exposiciones en público. El alumno aprenderá a tomar conciencia de los hábitos *posturais y a explorar las posibilidades expresivas del cuerpo; aprenderá a entrenar 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. Reconocerá y manejará adecuadamente las señales no verbales en ámbitos *comunicativos concretos: presentaciones, negociaciones, entrevistas de trabajo, etc.			

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

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje

Poseer conocimientos esenciales sobre la comunicación eficaz.	A1 C1 C2 D1 D4
Conocer el impacto de la comunicación no verbal en distintos ámbitos *comunicativos: presentaciones, entrevistas de trabajo, reuniones de negocios, etc.	A4 C3 C6 D4 D5
Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de la comunicación en el contexto de relaciones interpersonales (comunicación no verbal, espacio, *proxemia, intención, presencia, voz).	A4 C11 C12 D5 D11
Realizar una presentación individual en la que se pongan en práctica las herramientas aprendidas de comunicación eficaz (presencia, voz, cuerpo, estructura del discurso).	A1 C2 C11 D4 D5

Contenidos

Tema	
1.Claves de la comunicación eficaz	1.1 Principios de la comunicación 1.2 Funciones básicas del discurso 1.3 Claves de la comunicación eficaz
2 La comunicación no verbal	2.1 Kinésica 2.2 Proxémica. 2.3 Microgestos 2.4 Entrevistas y juegos de poder
3. Entrenamiento de la voz.	3.1 Técnicas de emisión y proyección vocal. 3.2 Las pausas y el silencio. 3.3 Paralenguaje.
4. Presentaciones prácticas.	4.1 Presencia 4.2 Voz 4.3 Preparación y estructura del discurso 4.4 Improvisación

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	8	16	24
Presentaciones/exposiciones	11	22	33
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	0	17	17

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividades encaminadas a tomar contacto y reunir información sobre el alumnado, así como a presentar la materia.
Sesión magistral	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.
Presentaciones/exposiciones	Exposición por parte del alumnado ante lo 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

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	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.
Presentaciones/exposiciones	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.

Evaluación						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Sesión magistral	Presentación de contenidos teóricos, de trabajos y ejercicios a realizar.	25	A1 A4	C1 C2 C3 C6 C11 C12	D1 D4 D5 D11	
Presentaciones/exposiciones	Los alumnos realizarán una presentación individual sobre las diferencias culturales entre España y un país de su elección.	50	A1 A4	C1 C2 C3 C6 C11 C12	D1 D4 D5 D11	
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Presentación de trabajos, ejercicios y tareas asignadas a lo largo del módulo.	25	A1 A4	C1 C2 C3 C6 C11 C12	D1 D4 D5 D11	

Otros comentarios sobre la Evaluación

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.

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

Fuentes de información

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Comunicación Intercultural/V01M094V01113
Facilitadores y Barreras en la Comunicación/V01M094V01110
Presentaciones Eficaces/V01M094V01112

Otros comentarios

En el existen requisitos previos.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Presentaciones Eficaces				
Asignatura	Presentaciones Eficaces			
Código	V01M094V01112			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escuela de Negocios Afundación (Vigo) Dpto. Externo			
Coordinador/a	Puentes Rivera, Iván			
Profesorado	Puentes Rivera, Iván			
Correo-e	ivanpuentes@gmail.com			
Web	http://fatic@uvigo.es			
Descripción general	Se evaluará y trabajará la capacidad oratoria del alumnado y se adquirirán los conocimientos necesarios para planificar y ejecutar una correcta exposición pública en el ámbito empresarial.			

Competencias	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
C2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C8	(*)Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
D1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Identificar y autoevaluar las fortalezas y debilidades personales para potenciar las destrezas comunicativas orales.	A5 C2 C4 D1
Reconocer y manejar adecuadamente las señales no verbales en la comunicación en público.	A5 C2 C8 D5
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 C4 C8 D1 D5

Contenidos
Tema

1. Eficacia de las presentaciones	1.1. ¿Qué es una presentación? 1.2. ¿Cómo son actualmente las presentaciones? 1.3. Los 7 pecados capitales de una presentación. 1.4. Consecuencias de una mala presentación. 1.5. Cualidades del buen orador. 1.6. La importancia de la imagen. 1.7. El lenguaje corporal. 1.8. El lenguaje oral. Cómo hablamos y qué decimos. 1.9. El lenguaje escrito. 1.10. ¿Cómo llegar a ser un buen orador? 1.11. La importancia de la actitud.
2. Capacidad oratoria y comunicativa individual	2.1. Preparación de una exposición individual sobre un tema concreto. 2.2. Vencer el pudor. Hablar de nosotros mismos en público. 2.3. Actitud ante las cámaras y los medios de comunicación. 2.4. Impacto general del lenguaje corporal en la capacidad de persuasión. 2.5. Identificación de puntos fuertes y débiles personales: postura corporal, gestión del movimiento, lenguaje de manos, extremidades inferiores, contacto visual y cualidad vocal. 2.6. Autoevaluación previa y posterior de la capacidad oratoria y comunicativa. 2.7. Identificación de gestos delatores en la audiencia.
3. Técnicas para la construcción de presentaciones eficaces	3.1. ¿En qué nos debemos fijar? 3.2. El propósito. 3.3. La audiencia y las circunstancias. 3.4. La planificación. 3.5. El comienzo. 3.6. El desarrollo. 3.7. La conclusión. 3.8. Herramientas de apoyo: PowerPoint, Prezzi, YouTube, Hangouts.
4. El miedo, los nervios y la ansiedad	4.1. Objetivo: estado de flujo. 4.2. Identificación del miedo. 4.3. Reducir el nerviosismo. 4.4. Estrategias para vencer el miedo. 4.5. Relajación.
5. Presentaciones en grupo	5.1. Planificación grupal del trabajo. 5.2. Adaptación a diversos contextos comerciales, empresariales y culturales. 5.3. Fuentes de información. 5.4. Compartir una exposición. 5.5. Trato directo y persuasivo con clientes potenciales.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	9	18	27
Presentaciones/exposiciones	11	20	31
Prácticas externas	0	17	17

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Sesiones teóricas impartidas en el aula
Presentaciones/exposiciones	Exposiciones orales realizadas por el alumnado
Prácticas externas	Prácticas realizadas fuera del aula.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
--------------	-------------

Presentaciones/exposiciones Las presentaciones realizadas fuera del aula tendrán apoyo docente personalizado.

Evaluación					
Descripción		Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Presentaciones/exposiciones Consistirá en una prueba a través de la que se evaluarán las destrezas de comunicación oral.		100	A1	C2	D1
			A2	C4	D5
			A4	C8	
			A5		

Otros comentarios sobre la Evaluación

La segunda edición de actas se registrará por los mismos principios de evaluación que la primera.

Fuentes de información

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

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación No Verbal/V01M094V01111
Comunicación Persuasiva/V01M094V01202

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación No Verbal/V01M094V01111
Comunicación Persuasiva/V01M094V01202
Facilitadores y Barreras en la Comunicación/V01M094V01110
Técnicas de Redacción en Español/V01M094V01103

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación Intercultural				
Asignatura	Comunicación Intercultural			
Código	V01M094V01113			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo Lengua española			
Coordinador/a	Rodríguez Gallardo, Ángel			
Profesorado	Maiz Bar, Carmen Rodríguez Gallardo, Ángel			
Correo-e	anrogall@uvigo.es			
Web	http://fatic@uvigo.es			
Descripción general	Esta materia está orientada a que el alumno se sensibilice sobre la importancia de las diferencias culturales en la comunicación humana en todos los ámbitos profesionales y que sepa analizar y aplicar modelos fiables de análisis para relacionarse con profesionales de otras culturas.			

Competencias

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

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Ser capaz de aplicar un modelo científico de análisis de él perfil cultural de los diferentes países con los que él alumno se pueda relacionar en su puesto de trabajo.	A4 C2 C6 C12 D1 D4 D11

Conocer y interiorizar el impacto multicultural en diversos ámbitos de la comunicación empresarial.	A4 A5 C2 C3 C6 C12 D1 D4 D5 D11
Familiarizarse y saber utilizar de modo eficaz las principales diferencias culturales entre España y otros países, dando preferencia a aquellos con los que se llevan a cabo más frecuentemente operaciones internacionales.	A4 C2 C3 C6 C12 D1 D4 D5 D6 D11
Conocer y saber utilizar recursos bibliográficos y fuentes web fiables para la preparación de encuentros con profesionales de otras culturas	A4 A5 C5 C6 D1 D4 D5 D9

Contenidos

Tema

1. Introducción	1.1.Cultura, conceptos básicos 1.2.Globalización, multiculturalidad, interculturalidad 1.3.Teoría y práctica de la comunicación intercultural
2. Dimensiones (inter)culturales	2.1.El modelo Hofstede 2.2.Otros modelos, estudios y perspectivas
3. Comunicación y comunicación intercultural	3.1.Partamos del marketing 3.2.Nos centremos en la comunicación 3.3.Comunicando entre culturas 3.4.Inteligencia cultural
4. Aplicaciones/Implicaciones: la comunicación intercultural en el mundo de los negocios	4.1.Publicidad 4.2.Relaciones públicas y eventos 4.3.Marketing online y redes sociales 4.4.Venta personal y presentaciones 4.5.Reuniones y negociaciones 4.6.Nation branding

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Debates	3	1	4
Estudio de casos/análisis de situaciones	3	6	9
Presentaciones/exposiciones	4	16	20
Trabajos tutelados	0	12	12
Sesión magistral	10	20	30

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Debates	Aspectos y perspectivas de la comunicación intercultural.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Aplicación de las teorías a casos y situaciones específicas.
Presentaciones/exposiciones	Presentaciones y exposiciones relacionadas con la materia.
Trabajos tutelados	En relación directa con la materia.
Sesión magistral	Presentación de los temas incluidos en el programa.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Presentaciones/exposiciones	Proporcionanse guías y materiales para la elaboración de los trabajos y presentaciones. Además, se atenderán consultas y dudas durante lo curso.
Trabajos tutelados	Proporcionanse guías y materiales para la elaboración de los trabajos y presentaciones. Además, se atenderán consultas y dudas durante lo curso.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Debates	De este epígrafe se valorará la presencialidad en las aulas en un 25% y la participación en los debates y discusiones en otro 25% hasta completar el 50% de la evaluación	50	A4 A5	C2 C3 C5 C6 C12	D1 D4 D5 D6 D9 D11
Trabajos tutelados	Trabajos y presentaciones/exposiciones realizados por el alumnado, relacionados con el temario de la materia.	50	A4 A5	C2 C3 C5 C6 C12	D1 D4 D5 D6 D9 D11

Otros comentarios sobre la Evaluación

Las exposiciones y los trabajos se podrán realizar en inglés, español o gallego.

La segunda convocatoria consistirá en la realización de una prueba escrita sobre los contenidos del curso.

Fuentes 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,

Recomendaciones

Otros comentarios

El uso de materiales en inglés hace muy recomendable tener conocimientos previos del idioma para cursar la materia.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación Institucional y Política				
Asignatura	Comunicación Institucional y Política			
Código	V01M094V01201			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Ruas Araújo, Jose			
Profesorado	Ruas Araújo, Jose			
Correo-e	joseruas@uvigo.es			
Web	http://www.masterenleguaycomunicacion.com			
Descripción general	Aproximación a la comunicación en un sentido amplio desde las perspectivas periodística, publicitaria y propagandística. Marketing político: el discurso (elaboración y exposición), la comunicación verbal y no verbal en las comparecencias públicas y comunicación de crisis. Comunicación persuasiva: identidad corporativa, lenguaje en el mensaje publicitario (redacción publicitaria, briefing, creatividad y arte). Redacción periodística, publicaciones de empresa y técnicas del mensaje interno y externo. También habrá una introducción al recurso audiovisual y multimedia en la nueva comunicación de empresa.			

Competencias

Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
C11	(*)Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
D1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D3	(*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
D6	(*)Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
D7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
D8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
D9	(*)Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

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

(*)Aprender a 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.	A4 A5 C11 D6 D7 D8 D9
---	---

Contenidos

Tema	
1. Comunicación Política	1.1. Investigación y Planificación de una campaña electoral 1.2. La ejecución de una campaña electoral 1.2.1. Técnicas de elaboración y presentación de un discurso político 1.2.2. Técnicas de presentación ante los medios de comunicación 1.2.3. Técnicas de comunicación no verbal
2. Comunicación Institucional	2.1. Evolución de la comunicación institucional en América y Europa 2.1.2. El caso de España y Galicia 2.2. Publicidad Institucional versus Propaganda Electoral: leyes y normas 2.3. Comunicación de Gobierno 2.3.1. La Publicidad de las Administraciones Públicas 2.3.2. Comunicación de Crisis

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	2	6	8
Debates	1	4	5
Sesión magistral	7	21	28
Talleres	6	18	24
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	1	3	4
Trabajos y proyectos	1	5	6

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	el estudio de caso consiste en proporcionar una serie de casos que representen situaciones problemáticas diversas de la vida real par que se estudien y analicen. En el caso de esta materia, se proporcionarán informaciones para la reflexión, análisis y discusión de las posibles salidas que se pueden adoptar, incentivando a que el alumnado llegue a sus propias conclusiones sobre contextos y situaciones concretas sacadas de la actualidad política, electoral y de la comunicación de gobierno.
Debates	Catalogada como una metodología participativa, el debate dirigido se encuadra dentro de los denominados grupos de discusión, cuyo objetivo prioritario es promover el intercambio y la controntación de ideas y opiniones sobre un tema o problema definido, con la intención de ahondar en él, de analizar las posibles divergencias o de llegar a acuerdos y soluciones aceptadas colectivamente. En el caso de esta materia, la actualidad político-electoral supone un marco excelente para el ejercicio del debate abierto
Sesión magistral	Sesiones magistrales orales en los que el docente comunica al grupo presente en el aula una serie de nociones, contenidos y argumentaciones sobre cada tema o epígrafe incluido en el programa de la materia.
Talleres	Esta materia resulta especialmente indicada para la ejecución de aplicaciones prácticas en las que adiestrar al alumnado a través del empleo de técnicas de training y coaching, con la realización de los siguientes talleres: de investigación y documentación electoral, de oratoria y elaboración de discursos, de realización de un mitin electoral y un debate televisado, de convocatoria de una rueda de prensa y elaboración una nota de prensa ante un supuesto de comunicación por parte de un gobierno y, finalmente, un taller de comunicación de crisis en las instituciones públicas

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Talleres	Los talleres, análisis de casos, debates y pruebas simuladas, serán de realización en el aula. Aparte, se establece la asistencia y atención personalizada a través del sistema de tutorías tanto de forma presencial como virtual. Tanto el estudio de casos como los debates serán sobre cuestiones circunstanciales y coyunturales de la realidad político-eleitoral del momento.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Los talleres, análisis de casos, debates y pruebas simuladas, serán de realización en el aula. Aparte, se establece la asistencia y atención personalizada a través del sistema de tutorías tanto de forma presencial como virtual. Tanto el estudio de casos como los debates serán sobre cuestiones circunstanciales y coyunturales de la realidad político-eleitoral del momento.
Debates	Los talleres, análisis de casos, debates y pruebas simuladas, serán de realización en el aula. Aparte, se establece la asistencia y atención personalizada a través del sistema de tutorías tanto de forma presencial como virtual. Tanto el estudio de casos como los debates serán sobre cuestiones circunstanciales y coyunturales de la realidad político-eleitoral del momento.
Sesión magistral	Los talleres, análisis de casos, debates y pruebas simuladas, serán de realización en el aula. Aparte, se establece la asistencia y atención personalizada a través del sistema de tutorías tanto de forma presencial como virtual. Tanto el estudio de casos como los debates serán sobre cuestiones circunstanciales y coyunturales de la realidad político-eleitoral del momento.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Asimismo, se plantearán al menos dos pruebas de simulación, puntuables, conjuntamente, con las restantes pruebas de autoevaluación relacionadas con los talleres propuestos en la planificación docente de la materia.	50	
Trabajos y proyectos	Para superar la asignatura, el alumno deberá escoger entre la realización de una campaña electoral para un partido político o la presentación de un plan de comunicación integral. En cualquiera de los supuestos, el proyecto presentado será para su aplicación en un ayuntamiento de menos de 20.000 habitantes	50	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes 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**, Universitat,
- 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 Universitat,
Sabés Turmo, F.; Verón Lassa, J.J. (2008), **La gestión de la información en la administración local**, Comunicación Social,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación y Lenguaje/V01M094V01102

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Comunicación Persuasiva/V01M094V01202

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación Periodística/V01M094V01203

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación Persuasiva				
Asignatura	Comunicación Persuasiva			
Código	V01M094V01202			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Gutiérrez González, Pedro Pablo			
Profesorado	Gutiérrez González, Pedro Pablo			
Correo-e	pablogtz@uvigo.es			
Web				
Descripción general	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 tipografía, 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	
Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C7	(*)Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C11	(*)Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
D5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Analizarlos 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.	A2 C11
Planificar las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios.	C1 D5
Elaborar el producto publicitario y desarrollar la capacidad para elegir el más adecuado a cada necesidad estratégica.	A2 C11
Desarrollar la capacidad de trabajo individual y en equipo, para presentar con solvencia propuestas y proyectos a los clientes.	C7 D7

Contenidos	
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 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 3. 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 4. La imagen personal.	La comunicación persuasiva en el desarrollo de la imagen personal. Aspectos del trabajo en publicidad electoral. Relato de una campaña: recursos y herramientas.
Tema 5. La persuasión desde los sentidos.	Uso de los elementos sensoriales en la creación de piezas y eventos. El marketing experiencial. Los criterios principales de la creatividad aplicada.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	5	10	15
Presentaciones/exposiciones	2	10	12
Sesión magistral	3	8	11
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	5	10	15
Trabajos y proyectos	5	17	22

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
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 será al profesor. 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

Metodologías	Descripción
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.
Pruebas	Descripción
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	La atención personalizada es incuestionable en esta materia, toda vez que la mayor parte de los trabajos son individuales. Se suele aplicar el principio de que no hay suspensos, hay trabajos que rechazaría un cliente de publicidad. En ese sentido, todos disponen de una relación personalizada que facilita las indicaciones pertinentes para mejorar el trabajo y volverlo a presentar.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
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.	60	C1 D5 C7 D7 C11

Presentaciones/exposiciones	La actitud, 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		C7	D7
Sesión magistral	La evaluación de la parte teórica, contempla un examen tipo test, sobre la materia explicada en clase.	30	A2	C1 C7 C11	D5 D7
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Se valorará la aportación personal al trabajo colectivo.	5		C7	D7

Otros comentarios sobre la Evaluación

La segunda edición de actas consistirá en una prueba acordada con el docente.

Fuentes de información

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

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

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

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Facilitadores y Barreras en la Comunicación/V01M094V01110

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación y Lenguaje/V01M094V01102

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

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

Resultados de aprendizaje

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

Contenidos

Tema	
Tema 1. El periodismo y la comunicación periodística en la sociedad actual	El periodismo en el ecosistema mediático actual. El periodismo en los negocios y en la economía actual. Los elementos esenciales, componentes, estructura y presentación de la información periodística. Dinámicas de la información generalista y especializada. Las fuentes y los flujos de la información en la sociedad mediática actual. Géneros informativos tradicionales y nuevos. La documentación informativa, características y técnicas: gráfica, audiovisual, digital, publicitaria. Práctica: elaboración de una pieza de actualidad en un género informativo determinado
Tema 2. Estructura y tipología de los medios de comunicación.	Medios de comunicación, de autocomunicación, microcomunicación, blogs, plataformas de comunicación multimedia, redes sociales generalistas y especializadas, 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 en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	5	15	20
Trabajos tutelados	5	15	20
Presentaciones/exposiciones	5	10	15
Sesión magistral	5	15	20

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

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

Evaluación

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se seguirán las mismas pautas que para la de junio.

Fuentes de información

Armentia Vizueté, 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

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303
Creatividad publicitaria/P04G190V01304

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

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

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
El Protocolo como Herramienta para la Comunicación				
Asignatura	El Protocolo como Herramienta para la Comunicación			
Código	V01M094V01204			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Dpto. Externo Psicología evolutiva y comunicación			
Coordinador/a	Ramos Fernández, Luis Fernando			
Profesorado	Castro Maestre, María del Mar Ramos Fernández, Luis Fernando			
Correo-e	ferramos@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias

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

Resultados de aprendizaje

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

Contenidos

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

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Talleres	20	0	20
Sesión magistral	90	0	90
Informes/memorias de prácticas	0	20	20
Trabajos y proyectos	0	20	20

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

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

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

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

En julio se seguirán los mismos métodos que en junio

Fuentes de información

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

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

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

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

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

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

PROTOCOLO Y CEREMONIAL

-

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

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

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

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

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

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

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

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

-

-

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

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

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

-

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

VEXICOLOGÍA, SIMBOLOGÍA, HONORES y DISTINCIONES

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Comunicación Institucional y Política/V01M094V01201

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Facilitadores y Barreras en la Comunicación/V01M094V01110

Lenguaje Empresarial/V01M094V01108

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

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

Competencias

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

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

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

Contenidos

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	5	5	10
Tutoría en grupo	5	10	15
Prácticas en aulas de informática	10	10	20
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Trabajos y proyectos	0	5	5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

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

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

Atención personalizada

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

Evaluación

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

En julio se realiza una prueba escrita.

Fuentes de información

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Recomendaciones**Asignaturas que continúan el temario**

Prácticas en Empresas/V01M094V01206

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Comunicación Persuasiva/V01M094V01202

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Facilitadores y Barreras en la Comunicación/V01M094V01110

Presentaciones Eficaces/V01M094V01112

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas en Empresas				
Asignatura	Prácticas en Empresas			
Código	V01M094V01206			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición				
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			
Descripción general	O alumnado realizará diferentes traballos nas empresas coas que ten convenio realizado dacordo coas necesidades e diferentes perfís das mesmas.			

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

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

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 en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Traballos tutelados	0	50	50
Prácticas externas	100	0	100

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodoloxía docente

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

Atención personalizada

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

Avaliación

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Bibliografía. Fontes de información

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

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Trabajo Fin de Máster				
Asignatura	Trabajo Fin de Máster			
Código	V01M094V01207			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Lengua española			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio Rodríguez Gallardo, Ángel			
Correo-e	arifon@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Diseño y realización de un proyecto original, bajo la orientación de un docente del Máster. El objetivo es consolidar las técnicas aprendidas y conseguir que el alumnado adquiera destrezas y conocimientos avanzados en el ámbito de la lengua y la comunicación en los negocios.			

Competencias	
Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
C1	(*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
C6	(*)Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
C7	(*)Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C8	(*)Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
C9	(*)Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionales.
C11	(*)Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
C12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
D1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
D11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.
D12	(*)Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje

Desarrollar la capacidad de comunicación en equipos interdisciplinares con perfiles personales formativos y profesionales muy diversos.	A2 A3 C6 C9 C12 D12
Reconocer y manejar adecuadamente las señales no verbales en la comunicación interpersonal y en público.	A3 A4 C1 D11
Conocer y saber utilizar recursos bibliográficos o fuentes web fiables para la preparación de encuentros con otras culturas.	A3 C8 C11 D12
Saber planificar un trabajo de aplicación al mundo de la comunicación profesional según una metodología específica.	A2 A4 C8 C12 D12
Selección, organización y evaluación de la documentación relevante relacionada con la comunicación profesional, con su metodología y recursos tecnológicos y con sus referencias bibliográficas idóneas.	A3 A4 C4 C7 D1 D11

Contenidos

Tema	
1. El proceso de investigación y descubrimiento	1.1. Delimitación del objeto de estudio 1.2. Delimitación de los objetivos 1.3. Proceso de documentación 1.4. Elección de una metodología
2. El proceso de redacción	2.1. La estructura del TFM 2.2. Consideraciones Ortotipográficas 2.3. Gestión y citas bibliográficas
3. El proceso de presentación	3.1. Confección de una presentación técnica 3.2. Herramientas para la presentación

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	3	30	33
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	20	20
Proyectos	0	72	72
Metodologías integradas	2	20	22
Actividades introductorias	3	0	3

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

Descripción	
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de corpus, de situaciones y de ejemplos como fuente de los análisis del proyecto.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Análisis autónomo de problemas y ejercicios en relación con el tema del proyecto.
Proyectos	Planificación y redacción del trabajo de fin de máster.
Metodologías integradas	Utilización de metodologías procedentes de los diversos ámbitos de estudio del máster.
Actividades introductorias	Elección y planificación del tema del trabajo de fin de máster.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Actividades introductorias	El tutor del TFM atenderá en el aula, en las tutorías o en los espacios convenientes los problemas encontrados sobre la realización del TFM.

Estudio de casos/análisis de situaciones	El tutor del TFM atenderá en el aula, en las tutorías o en los espacios convenientes los problemas encontrados sobre la realización del TFM.
Proyectos	El tutor del TFM atenderá en el aula, en las tutorías o en los espacios convenientes los problemas encontrados sobre la realización del TFM.
Metodologías integradas	El tutor del TFM atenderá en el aula, en las tutorías o en los espacios convenientes los problemas encontrados sobre la realización del TFM.

Evaluación						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Estudio de casos/análisis de situaciones	Aplicación práctica en casos y situaciones de la hipótesis de trabajo.	20	A2 A3 A4	C1 C4 C6 C7 C8 C9 C11 C12	D1 D11 D12	
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Capacidad crítica	10	A2 A3 A4	C1 C4 C6 C7 C8 C9 C11 C12	D1 D11 D12	
Proyectos	Presentación escrita del proyecto. Dominios de las técnicas de comunicación en la defensa del proyecto.	40	A2 A3 A4	C1 C4 C6 C7 C8 C9 C11 C12	D1 D11 D12	
Metodologías integradas	Rigor metodológico. Uso de recursos.	30	A2 A3 A4	C1 C4 C6 C7 C8 C9 C11 C12	D1 D11 D12	

Otros comentarios sobre la Evaluación

El TFM será juzgado por un tribunal compuesto por tres personas tanto en la 1ª como en la 2ª convocatoria. Su valoración se registrará por esta guía y el reglamento del TFM del máster.

Fuentes de información

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

Recomendaciones

