



## Facultad de Filología y Traducción

(\*)

(\*)

Horarios

### Horarios

(\*)

[http://webs.uvigo.es/fft/index.php?option=com\\_rokdownloads&view=folder&Itemid=74](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	Lingua e Pensamento	1c	3
V01M094V01102	Comunicación e Linguaxe	1c	3
V01M094V01103	Técnicas de Redacción en Español	1c	3
V01M094V01104	Técnicas de Redacción en Galego	1c	3
V01M094V01105	Técnicas de Redacción en Inglés	1c	3
V01M094V01106	Linguaxe Científica-Técnica	1c	3
V01M094V01107	Linguaxe Xurídica-Xudicial	1c	3
V01M094V01108	Linguaxe Empresarial	1c	3
V01M094V01109	Linguaxe nas Industrias Culturais	1c	3
V01M094V01110	Facilitadores e Barreiras na Comunicación	1c	3
V01M094V01111	Comunicación Non Verbal	1c	3
V01M094V01112	Presentacións Eficaces	1c	3
V01M094V01113	Comunicación Intercultural	1c	3
V01M094V01201	Comunicación Institucional e Política	2c	3
V01M094V01202	Comunicación Persuasiva	2c	3
V01M094V01203	Comunicación Periodística	2c	3
V01M094V01204	O Protocolo como Ferramenta para a Comunicación	2c	6
V01M094V01205	Novas Tecnoloxías Aplicadas á Xestión da Comunicación nas Organizacións	2c	3
V01M094V01206	Prácticas en Empresas	2c	6
V01M094V01207	Traballo Fin de Máster	2c	6

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Lengua y Pensamiento**

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

**Competencias**

Código		Tipología
CB3	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.	
CB4	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.	- saber hacer
CE1	(*)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.	
CE2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber hacer
CE4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.	- saber
CE7	(*)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.	- saber hacer
CE10	(*)Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.	
CE11	(*)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.	
CT1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	
CT2	(*)Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.	- saber
CT5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	
CT6	(*)Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.	- saber hacer
CT11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.	

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
---------------------------	--------------

Comprender la conexión entre lenguaje y lógica.

CB3  
CB4  
CE1  
CE2  
CT1  
CT2  
CT11

Comprender la conexión entre argumentación, significado y verdad.

CB3  
CE1  
CE10  
CT1  
CT2  
CT5

Aprender a reconocer los aspectos \*persuasivos de \*calqueira cuestión.

CB3  
CB4  
CE11  
CT1  
CT5  
CT6

Saber como usar el lenguaje para convencer.

CB3  
CB4  
CE4  
CE7  
CE10  
CE11  
CT5  
CT6

## 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

	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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Seminarios	Se evalúa la asistencia, atención y participación	30	CB3 CE2
Trabajos y proyectos	Se evalúa la originalidad, calidad de la expresión y precisión de conceptos.	70	CB3 CB4 CE7 CT2 CT6

#### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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, Madrid, 1988

Aristóteles, Organon II, Gredos, Madrid, 1995

Aristóteles, Retórica, Gredos, Madrid, 1994

García Masip, F, Comunicación y desconstrucción, Universidad Iberoamericana, México, 2008

Platón, Gorgias, Gredos, Madrid, 1992

Valdés Villanueva, L., La búsqueda del significado, Tecnos, Madrid, 1991

#### **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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Idioma	Castellano Gallego			
Departamento	Traducción y lingüística			
Coordinador/a	Ramallo Fernández, Fernando			
Profesorado	Ramallo Fernández, Fernando			
Correo-e	framallo@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.lenguaycomunicacion.com">http://www.lenguaycomunicacion.com</a>			
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		Tipología
CB1	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.	- saber
CB2	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.	- saber hacer
CB3	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.	- saber hacer - Saber estar /ser
CE1	(*).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.	- saber
CE2	(*).Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber hacer
CE3	(*).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.	- saber hacer
CE7	(*).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.	- saber hacer
CE9	(*).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.	- saber - saber hacer
CT1	(*).Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber - saber hacer
CT6	(*).Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.	- saber hacer

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
Ser capaz de pensar críticamente con respeto a los problemas relacionados con el lenguaje y la comunicación en el mundo actual	CB3 CE1 CE2 CE3 CE9 CT1 CT6

Conocer las dificultades más frecuentes en la comunicación y saber adaptar las actitudes idóneas para la gestión de conflictos interpersonales, interculturales y de equipo.

CB3  
CE1  
CE2  
CE9  
CT1  
CT6

Ser capaz de analizar e interpretar textos sobre la comunicación

CB1  
CB2  
CE1  
CE2  
CE3  
CE7  
CE9  
CT1  
CT6

## 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

	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.
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	Competencias Evaluadas
Sesión magistral	Asistencia y participación en las sesiones teórico-metodológicas	20	CB2

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	CB1 CB3 CE3 CT1 CT6
--------------------------------	--	----	---------------------------------

---

### Otros comentarios y evaluación de Julio

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 de primera edición de actas se entregarán en la última sesión.

La evaluación del estudiantado erasmus se regirá 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<sup>a</sup> Victoria, La comunicación: lengua, cognición y sociedad, 1<sup>a</sup>, Madrid: Akal

Herrero Cecilia, Juan, Teorías de pragmática, de lingüística textual y de análisis del discurso, 1, Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La

Martín Serrano, Manuel, Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad, 1<sup>a</sup>, Madrid: McGraw-Hill - Interamericana

Moreno Cabrera, Juan Carlos, Cuestiones clave de la Lingüística, 1<sup>a</sup>, Madrid: Síntesis

Tusón, Jesús, ¿Cómo es que nos entendemos?: (si es que nos entendemos) , 1<sup>a</sup>, Barcelona: Península

---

### 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			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Idioma	Castellano			
Departamento	Lengua española			
Coordinador/a	Rodríguez Barcia, Susana			
Profesorado	Rodríguez Barcia, Susana			
Correo-e	barcia77@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.lenguaycomunicacion.com">http://www.lenguaycomunicacion.com</a>			
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		Tipología
CB1	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.	- saber
CB2	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.	- saber hacer
CB4	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.	- saber hacer
CE1	(*).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.	- saber
CE6	(*).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.	- saber - saber hacer - Saber estar /ser
CT1	(*).Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber - saber hacer
CT5	(*).Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	
CT7	(*).Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.	
CT8	(*).Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.	

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
Desarrollar y perfeccionar las habilidades de lectura, comprensión y redacción de textos en español.	CB1 CE1 CT1
Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma eficaz por escrito en español.	CB4 CE6 CT5
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.	CB2 CE6 CT7



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.

CB2  
CE1  
CT1

Adoptar una actitud positiva y de avance constante frente los desafíos que implica la redacción textual y el conocimiento lingüístico de alto nivel.

CB4  
CE6  
CT8

## 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

	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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
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	CB1 CB2 CE1 CE6 CT5 CT8
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	CB1 CB2 CB4 CE1 CT1 CT7

### **Otros comentarios y evaluación de julio**

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, 1999

CASADO VELARDE, Manuel, Introducción a la gramática del texto del español, Madrid: Arco/Libros, 1993

CERVERA, ÁNGEL, Guía para la redacción y el comentario de texto, Madrid: Espasa Calpe, 2005

GÓMEZ TORREGO, Leonardo, Ejercicios de Gramática Normativa I, Madrid: Arco/Libros, 1996

HIMSTREET Y, W. Y BATY, Guía para la redacción de cartas e informes en la empresa, Deusto, 2001

LÓPEZ ALONSO, COVADONGA Y SERE ARLETTE, Nuevos géneros discursivos. Los textos electrónicos, Madrid: Biblioteca Nueva, 2003

MARTÍNEZ DE SOUSA, José, Manual de estilo de la lengua española, Gijón: Trea, 2000 (3ª ed. 2007)

MARTÍNEZ DE SOUSA, José, Ortografía y ortotipografía del español actual, Gijón: Trea, 2004

PAREDES GARCÍA, Florentino, Guía práctica del español correcto, Madrid: Espasa e Instituto Cervantes, 2009

PORTOCARRERO, Felipe y Natalia GIRONELLA, La escritura rentable. La eficacia de la palabra en la empresa, Madrid: SM, 2001

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, Nueva gramática de la lengua española, Madrid: Espasa, 2009

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, Diccionario panhispánico de dudas, Madrid: Santillana, 2005

REYES, Graciela, Cómo escribir en español, Madrid: Arco/Libros, 1998

VÁZQUEZ, Graciela, Guía didáctica del discurso académico escrito. ¿Cómo se escribe una monografía?, Madrid: Edinumem, 2001

VELILLA, Ricardo, Guía práctica para la redacción de informes, Barcelona: Edunsa, 1995

YUS, Francisco, Ciberpragmática. El uso del lenguaje en internet, Barcelona: Ariel Lingüística, 2001

### **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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Idioma	Gallego			
Departamento	Dpto. Externo Lengua española			
Coordinador/a	Rodríguez Barcia, Susana			
Profesorado	Casás Aguín, Zaixega Rodríguez Barcia, Susana			
Correo-e	barcia77@uvigo.es			
Web	<a href="http://masterenlenguaycomunicacion.com">http://masterenlenguaycomunicacion.com</a>			
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		Tipología
CB1	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.	- saber
CB2	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.	- saber hacer
CB5	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.	- saber hacer - Saber estar /ser
CE1	(*)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.	- saber
CE4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.	- saber hacer
CE6	(*)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.	- saber
CT5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	- saber - saber hacer
CT10	(*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.	- saber hacer - Saber estar /ser

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
Articular estrategias orientadas a la creación de texto de diversos tipos dentro del estilo profesional.	CB2 CE1 CE4 CT5 CT10

Planificar un escrito acomodado al contexto y a su uso profesional.

CB2  
CB5  
CE4  
CE6  
CT10

Ampliar los conocimientos del gallego escrito así como de las técnicas necesarias para elaborar un buen escrito.

CB1  
CE6  
CT5

## Contenidos

### Tema

Redacción y construcción de textos en gallego	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El texto: propiedades<ol style="list-style-type: none"><li>a. La adecuación</li><li>b. La coherencia</li><li>c. La cohesión</li><li>d. Los marcadores y conectores discursivos: clasificación</li></ol></li><li>Marcadores o conectores lógicos</li><li>Marcadores o conectores estructurales</li><li>e. Tipos de textos</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>2. El párrafo</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>3. La puntuación<ol style="list-style-type: none"><li>a. Los signos de puntuación de primer régimen: interpretación</li><li>b. Los signos de puntuación de segundo régimen: interpretación</li><li>c. Usos más frecuentes e indebidos de los signos de puntuación</li></ol></li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>4. La revisión de los textos<ol style="list-style-type: none"><li>a. Niveles de revisión en un texto</li><li>b. Fuentes normativas del gallego</li><li>c. Dudas y errores gramaticales</li></ol></li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>5. Consejos para mejorar la comprensibilidad de un texto</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>6. Usos de los tipos<ol style="list-style-type: none"><li>a. Itálica o cursiva</li><li>b. Versalita</li><li>c. Gruesa o negra</li></ol></li></ol>
---	---

## 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

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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejercicios que se resolverán en las sesiones de clase. Preguntas de respuesta abierta y cerrada.	100	CB1 CB2 CB5 CE1 CE4 CE6 CT5 CT10

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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.

Â 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<sup>a</sup>. 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.

Â

### **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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Idioma	Inglés			
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a	Constenla Bergueiro, Amadeo Gonzalo			
Profesorado	Constenla Bergueiro, Amadeo Gonzalo			
Correo-e	gonzalo@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.masterlenguaycomunicacion.com">http://www.masterlenguaycomunicacion.com</a>			
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		Tipología
CB3	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.	- saber - saber hacer
CE1	(*)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.	- saber - Saber estar /ser
CE4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.	- saber - Saber estar /ser
CE5	(*)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.	- saber
CE6	(*)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.	- saber - saber hacer
CE7	(*)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.	- saber - saber hacer
CT1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber hacer
CT3	(*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.	- saber - saber hacer
CT10	(*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.	- saber hacer
CT11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.	- Saber estar /ser

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
Articular estrategias orientadas a la creación de informes, correos electrónicos y demás tipos de escrito de estilo profesional	CB3 CE1 CE4 CT1 CT3

Planificar un escrito de manera adecuada al contexto y su uso profesional

CB3  
CE4  
CE6  
CT10

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

CB3  
CE5  
CE7  
CT11

## 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 temas relacionados con la lengua escrita

## Atención personalizada

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

## Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los *contenidos sobre la materia	10	CB3 CE4 CE6 CT1 CT10
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejercicios concretos sobre temas propuestos por el docente que el alumnado deberá resolver	45	CE1 CE5 CE7 CT3 CT11

Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividades en que se formulan ejercicios relacionados con la materia.	45	CE4 CE6 CT1 CT10 CT11
--	--	----	-----------------------------------

---

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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, 2004

Brieger, N., Writing, Collins, 2011

Evans, V., Successful Writing. Proficiency, Express Publishing, 2000

---

### **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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Idioma	Castellano			
Departamento	Lengua española			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio			
Correo-e	arifon@uvigo.es			
Web	<a href="http://masterenlenguaycomunicacion.com">http://masterenlenguaycomunicacion.com</a>			
Descripción general	La materia tiene como objetivo el estudio y análisis de los documentos más habituales en el ámbito científico y tecnológico.			

**Competencias**

Código		Tipología
CB3	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.	- saber
CB4	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.	- saber - saber hacer
CE2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber - saber hacer
CE4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.	- saber hacer
CE6	(*)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.	- saber - Saber estar /ser
CE7	(*)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.	- saber hacer
CE8	(*)Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.	- saber
CE9	(*)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.	- saber
CE10	(*)Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.	- saber
CE11	(*)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.	- saber hacer
CT7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.	
CT9	(*)Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.	- saber hacer
CT10	(*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.	- saber hacer
CT11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.	- saber - Saber estar /ser

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
Diferenciar las características del lenguaje científico y tecnológico frente a otros lenguajes.	CB3 CB4 CE6 CE9 CE10 CT10
Dominar las técnicas para la redacción, corrección y revisión de textos científicos y técnicos.	CB4 CE4 CE7 CT10 CT11
Adaptar el texto científico a los distintos niveles de especialización habida cuenta el público objetivo y el contexto de comunicación.	CB3 CE2 CE4 CT7
Aplicar los conocimientos gramaticales, léxicos y culturales a la revisión, corrección y redacción de textos científicos y técnicos.	CB3 CB4 CE2 CE9 CT7
Emplear las herramientas de información y fuentes necesarias para la confección, corrección y revisión de textos de especialidad.	CB3 CB4 CE8 CE11 CT9

## 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 técnico-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

	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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
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	CB3 CB4 CE2 CE4 CE6 CE7 CE8 CE9 CE10 CE11 CT7 CT9 CT10 CT11
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	CB3 CB4 CE2 CE4 CE6 CE7 CE8 CE9 CE10 CE11 CT7 CT9 CT10 CT11

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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, Barcelona: Paidós

Galán, C, El discurso tecnocientífico: la caja de herramientas del lenguaje, 2002, Madrid: Arco Libros

Gutiérrez Rodilla, B., La ciencia empieza en la palabra. Análisis e historia del lenguaje científico, 1998, Barcelona: Península

Mari Mutt, J. A., Manual de redacción científica, 2006, Mayagüez: Universidad de Puerto Rico

Vivanco Cervero, V., El español de la ciencia y la tecnología, 2006, Madrid: Arco Libros

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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Idioma	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a	Enríquez Salido, Carmen			
Profesorado	Enríquez Salido, Carmen			
Correo-e	mcsalido@uvigo.es			
Web	<a href="http://masterenlenguaycomunicacion.com">http://masterenlenguaycomunicacion.com</a>			
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	Tipología
CB2	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.
CB3	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.
CE4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro. - saber hacer
CT2	(*)Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder. - saber

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
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.	CB2 CE4 CT2
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	CB3 CE4 CT2
Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo de los contextos técnicos y teóricos relacionados con un proyecto profesional relacionado con la comunicación	CB2 CE4 CT2

**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

<b>Planificación</b>			
	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

<b>Metodologías</b>	
	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.

<b>Atención personalizada</b>	
	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.
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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
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	CB2 CB3 CE4 CT2
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	CB2 CB3 CE4 CT2

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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.Â

### **Fuentes de información**

Alcaraz, E., El español jurídico, 2002, Barcelona : Ariel

Henríquez Salido, María do Carmo; De No Alonso-Misol, Enrique, Pautas para el análisis del léxico de la jurisprudencia del Tribunal Supremo , 2005, Cizur Menor (Navarra) : Thomson-Civitas

---

Henríquez Salido, María do Carmo; De No Alonso-Misol, Enrique, Historia del Léxico Jurídico, 2010, Cizur Menor (Navarra) : Civitas Thomson-Reuters

---

Martín del Burgo y Marchán, Ángel, El Lenguaje del derecho , 2000, Barcelona : Bosch

---

---

## **Recomendaciones**

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Linguaxe Empresarial**

Asignatura	Linguaxe Empresarial			
Código	V01M094V01108			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Idioma	Castelán			
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Anaya Revuelta, Inmaculada			
Profesorado	Anaya Revuelta, Inmaculada			
Correo-e	ianaya@uvigo.es			
Web	<a href="http://masterenlenguaycomunicacion.com">http://masterenlenguaycomunicacion.com</a>			
Descrición general	O obxectivo principal desta materia é a adquisición de estratexias e vocabulario específicos que permitan ao estudiantado prepararse e defenderse dentro do ámbito do español comercial.			

**Competencias**

Código		Tipoloxía
CB1	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.	- saber
CB2	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.	- saber facer
CB3	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.	- saber facer - Saber estar / ser
CB4	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.	- saber facer - Saber estar / ser
CE1	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.	- saber
CE4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.	- saber facer
CE6	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.	- saber - saber facer
CT1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber facer
CT5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	- saber - saber facer
CT7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.	- saber facer

**Resultados de aprendizaxe**

Resultados de aprendizaxe	Competencias
Adquirir el léxico específico propio del ámbito del español comercial.	CB1 CT1
Conocer aspectos sociales y culturales del mundo de los negocios en España y en el ámbito internacional.	CB1 CE1 CE6 CT1 CT5



Saber analizar e interpretar textos y artículos de español técnico y profesional.

CB2  
CB3  
CE4

Mejorar la expresión de ideas formuladas en español técnico en el ámbito de los negocios.

CB4  
CE1  
CT1  
CT5  
CT7

## 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 docente

	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 maxistras os principais contidos relacionados coa materia.

## Atención personalizada

	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 Competencias Evaluadas
------------	-------------------------------------

Traballos de aula	O alumnado participará activamente nas sesións presenciais co propósito de que coñezan a súa propia evolución na aprendizaxe.	50	CB1 CB3 CT1
Proxectos	Consistirá nun traballo escrito baseado en textos relacionados coa linguaxe empresarial.	50	CB2 CB4 CE1 CE4 CE6 CT5 CT7

### Otros comentarios y evaluación de Julio

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, 1998

CADIÑANOS FERNÁNDEZ, Alberto y Estilita RIESCO DE DIOS, Comunicación y relaciones profesionales, Mc Graw Hill, 2005

CUEVA GONZÁLEZ, Marcos I., El lenguaje de los bancos, México, Editorial PAC, 1996

HIMSTREET y BATY, Guía práctica para la redacción de cartas e informes en la empresa, Bilbao: Deusto, 2000

LÓPEZ, SINDA & Donald WATT (eds.), The Oxford Business Spanish Dictionary, New Cork, Oxford University Press, 2004

PORTOCARRERO, Felipe y Natalia GIRONELLA, La escritura rentable, Madrid: SM, 2001

### 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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Idioma				
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Rodríguez Gallardo, Ángel			
Profesorado	Rodríguez Gallardo, Ángel			
Correo-e	anrogall@uvigo.es			
Web	<a href="http://masterenlenguaycomunicacion.com">http://masterenlenguaycomunicacion.com</a>			
Descrición general	A materia ten como obxectivo o dominio dos procesos lingüísticos e comunicativos que son propios das industrias culturais e creativas.			

**Competencias**

Código		Tipoloxía
CB1	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.	- saber - saber facer
CB2	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.	- saber - saber facer
CB3	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.	- saber - saber facer
CB4	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.	- saber - saber facer
CE2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber - saber facer
CE7	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.	- saber - saber facer
CE9	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.	- saber - saber facer
CT7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.	- saber - saber facer
CT9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.	- saber - saber facer
CT11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.	- saber - saber facer - Saber estar / ser

**Resultados de aprendizaxe**

Resultados de aprendizaxe	Competencias
Dominar a retórica cultural e os xéneros textuais propios das industrias culturais.	CB1 CB2 CE2 CE7 CT7

Desarrollar a capacidade de aprendizaxe autónoma para elaborar todo tipo de proxectos relacionados coa comunicación nas industrias culturais.

CB3  
CB4  
CT7  
CT9

Dominio do repertorio léxico cultural en español para empregalo no ámbito das industrias culturais.

CB2  
CB3  
CE9  
CT11

## 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 docente

	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	Presentarase 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

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

## Avaliación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
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	CB2 CB4 CE7 CT7
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	CB1 CB3 CE2 CE9
Traballos tutelados	Os alumnos e as alumnas realizarán pequenos traballos de preparación ao proxecto de curso.	20	CB2 CE7 CT7 CT11
Proxectos	Os alumnos e as alumnas realizarán un proxecto entre varios temas de traballo e análise.	50	CB1 CB4 CE9 CT9

### Otros comentarios y evaluación de Julio

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, 2002
- Bustamante, Enrique (Coord.), Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital, Barcelona: Gedisa, 2003
- Bustamente, Enrique (dir.), Cultura y comunicación para el siglo XXI : diagnóstico y políticas públicas , La Laguna (Tenerife) : IDECO, 2007
- Barker, Chris, Cultural Studies. Theory & Practice, Sage Publications, 2008, Third edition
- Calvi, Maria Vittoria & Cristina Bordonaba Zabalza y Giovanna Mapelli , Las lenguas de especialidad en español, Roma: Carocci, 2009
- Comisión Europea, Green Paper Unlocking the potential of cultural and creative industries, , 2010
- Fernández Quijada, David, Industrias culturales en el entorno digital: una reformulación desde la praxis comunicativa, Zer, 22, 119-140, 2007
- Gámir Orueta, Agustín, La industria cultural y los grupos multimedia en España, estructura y pautas de distribución territorial, Anales de Geografía, 25, 179-202, 2005
- Gironella, N. y Felipe Portocarrero, La escritura rentable. La eficacia de la palabra en la empresa, Madrid: SM, 2001
- Martel, Frédéric, Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas, Madrid: Taurus, 2011
- Portocarrero, Felipe y Gironella, Natalia, Redacción productiva, A Coruña: Netbiblo, 2008
- Sánchez Lobato, Jesús (coord.), Saber escribir, Madrid: Aguilar, 2010

### 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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Idioma	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo Lengua española			
Coordinador/a	Rifón Sánchez, Antonio			
Profesorado	Rifón Sánchez, Antonio Varela Romero, Belén			
Correo-e	arifon@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.masterenlenguaycomunicacion.com">http://www.masterenlenguaycomunicacion.com</a>			
Descripción general	Esta *asignatura facilita la *los alumnos él *conocimiento *y *desarrollo de lana técnica *asertiva como *m''*etodo de *gestión de conflictos.			

**Competencias**

Código		Tipología
CB2	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.	- saber - saber hacer
CB3	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.	- saber
CE10	(*)Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.	- saber
CE11	(*)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.	- saber hacer
CE12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.	- Saber estar /ser
CT3	(*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.	- saber hacer
CT5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	- saber hacer
CT7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.	- saber - saber hacer
CT8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.	- saber hacer - Saber estar /ser

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
Conocer las dificultades más frecuentes en la comunicación y saber adoptar las actitudes adecuadas para la gestión de conflictos interpersonales y de equipo	CB2 CE10 CE11 CT3 CT7

Desarrollar la capacidad de comunicación en equipos interdisciplinarios con perfiles personales, formativos y profesionales muy diversos.

CB3  
CE11  
CE12  
CT3  
CT5  
CT7  
CT8

## 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

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

## Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Trabajos de aula	La evaluación constará de 50% ejercicios prácticos y 50% trabajo en equipo	100	CB2 CB3 CE10 CE11 CE12 CT3 CT5 CT7 CT8

---

**Otros comentarios y evaluación de Julio**

---

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, 2007

Echeverría Rafael, Ontología del lenguaje, Granica, 2003

Guix, X., Ni me explico ni me entiendes: los laberintos de la comunicación, Urano, 2011

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

Salanova, M. y Schaufeli, W. , El engagement en el trabajo, Alianza editorial, 2009

Smith, M.J., Cuando digo no, me siento culpable, DeBolsillo, 2010

---

---

**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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Idioma	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	<a href="http://fatic@uvigo.es">http://fatic@uvigo.es</a>			
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		Tipología
CB1	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.	- saber - saber hacer
CB4	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.	- saber - saber hacer
CE1	(*)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.	- saber
CE2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber hacer
CE3	(*)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.	- saber - saber hacer
CE6	(*)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.	- saber - saber hacer
CE11	(*)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.	- saber - saber hacer
CE12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.	- Saber estar /ser
CT1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber hacer
CT4	(*)Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.	- saber
CT5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	- saber - saber hacer
CT11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.	- Saber estar /ser

<b>Resultados de aprendizaje</b>	
Resultados de aprendizaje	Competencias
Poseer conocimientos esenciales sobre la comunicación eficaz.	CB1 CE1 CE2 CT1 CT4
Conocer el impacto de la comunicación no verbal en distintos ámbitos *comunicativos: presentaciones, entrevistas de trabajo, reuniones de negocios, etc.	CB4 CE3 CE6 CT4 CT5
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).	CB4 CE11 CE12 CT5 CT11
Realizar una presentación individual en la que se pongan en práctica las herramientas aprendidas de comunicación eficaz (presencia, voz, cuerpo, estructura del discurso).	CB1 CE2 CE11 CT4 CT5

### **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**

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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Sesión magistral	Presentación de contenidos teóricos, de trabajos y ejercicios a realizar.	25	CB1 CB4 CE1 CE2 CE3 CE6 CE11 CE12 CT1 CT4 CT5 CT11
Presentaciones/exposiciones	Los alumnos realizarán una presentación individual sobre las diferencias culturales entre España y un país de su elección.	50	CB1 CB4 CE1 CE2 CE3 CE6 CE11 CE12 CT1 CT4 CT5 CT11
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Presentación de trabajos, ejercicios y tareas asignadas a lo largo del módulo.	25	CB1 CB4 CE1 CE2 CE3 CE6 CE11 CE12 CT1 CT4 CT5 CT11

#### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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, 2005

Carnegie, D., Cómo hablar bien en público, Barcelona: Edictorial Elipse, 2008

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

Berry, C., La voz y el actor, Barcelona: Alba Editorial, 2006

Davis, F. , La comunicación no verbal, Madrid: Alianza Editorial, 2005

Dilts, R, El arte de comunicar. , Barcelona: Rigden Institute Gestalt, 2012

James, J. , La biblia del lenguaje corporal. , Barcleona: Paidós, 2008

Lakhani, D., Persuasión, el arte de influir y obtener lo que desea., ,

Navarro, J. , La inteligencia no verbal. , Barcelona: Editorial Viceversa, 2011

Pease, A. y B., El lenguaje del cuerpo. , Barcelona: Amat Editorial, 2006

Perez de las Heras, M. , ¿Estás comunicando? 112 claves para comunicar con PNL e Inteligencia Emocional. , Madrid: editorial Lid, 2010

---

---

**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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Idioma	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo) Dpto. Externo			
Coordinador/a	Puentes Rivera, Iván			
Profesorado	Puentes Rivera, Iván			
Correo-e	ivanpuentes@gmail.com			
Web	http://faitic@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		Tipología
CB1	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.	- saber hacer
CB2	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.	- saber hacer
CB4	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.	- saber - saber hacer - Saber estar /ser
CB5	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.	- Saber estar /ser
CE2	(*Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber - saber hacer
CE4	(*Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.	- saber - saber hacer - Saber estar /ser
CE8	(*Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.	- saber - saber hacer
CT1	(*Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber - saber hacer - Saber estar /ser
CT5	(*Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	- saber - saber hacer - Saber estar /ser

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
Identificar y autoevaluar las fortalezas y debilidades personales para potenciar las destrezas comunicativas orales.	CB5 CE2 CE4 CT1
Reconocer y manejar adecuadamente las señales no verbales en la comunicación en público.	CB5 CE2 CE8 CT5

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.

CB1  
CB2  
CB4  
CE4  
CE8  
CT1  
CT5

## 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

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

<b>Atención personalizada</b>	
	Descripción
Presentaciones/exposiciones	Las presentaciones realizadas fuera del aula tendrán apoyo docente personalizado.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Presentaciones/exposiciones	Consistirá en una prueba a través de la que se evaluarán las destrezas de comunicación oral.	100	CB1 CB2 CB4 CB5 CE2 CE4 CE8 CT1 CT5

**Otros comentarios y evaluación de Julio**

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, 2006

Suñén, M, Como enamorar hablando en público, Mira, 2009

Jamardo, B & García, M, La comunicación no verbal en el mundo de los negocios, Universidad de vigo, 2008

Shel, L, Hablar como Obama, Profit, 2009

Eurice, J, Alíate con el miedo, Urano, 2011

Weissman, J, Presenting to win, Pearson, 2010

Gallo, C, Los secretos de Steve Jobs, Mac Graw Hill, 2011

Harvard Business Press, Como hacer presentaciones, Impact Media, 2009

Cano, I, El don de la palabra, Thomson, 2006

Reynolds, G, Presentations Zen, Pearson, 2008

Ramon, F, La isla de los cinco faros, RBA, 2011

<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, 2013

Collard, Gilbert, El arte de hablar en público : secretos desvelados de los oradores, Mensajero, 2012

Laborda, Javier, De retórica : la comunicación persuasiva, UOC, 2012

Castro Maestre, María del Mar, Técnicas para hablar en público : guía para una comunicación eficaz, Protocolo, 2010

Manchester Open Learning, Cómo hacer presentaciones eficaces, Gestión 2000, 2004

**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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Idioma	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		Tipología
CB4	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.	- saber hacer
CB5	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.	- saber - saber hacer
CE2	(*Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber - saber hacer
CE3	(*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.	- saber - saber hacer
CE5	(*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.	- saber hacer
CE6	(*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.	- saber - Saber estar
CE12	(*Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.	- saber hacer
CT1	(*Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber
CT4	(*Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.	- saber
CT5	(*Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	- saber hacer
CT6	(*Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.	- saber hacer
CT9	(*Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.	- saber
CT11	(*Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.	- saber hacer - Saber estar /ser

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
---------------------------	--------------

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.	CB4 CE2 CE6 CE12 CT1 CT4 CT11
Conocer y interiorizar él impacto multicultural en diversos ámbitos de lana comunicación empresarial.	CB4 CB5 CE2 CE3 CE6 CE12 CT1 CT4 CT5 CT11
Familiarizarse *y saber utilizar de modo eficaz lanas *principales diferencias *culturales entre España *y otros países, dando preferencia a *aquellos con *los que se *llevan a cabo *más frecuentemente *operaciones *internacionales.	CB4 CE2 CE3 CE6 CE12 CT1 CT4 CT5 CT6 CT11
*Conocer *y saber utilizar recursos bibliográficos *y *fuentes web fiables para lana preparación de *encuentros con *profesionales de *otras culturas	CB4 CB5 CE5 CE6 CT1 CT4 CT5 CT9

## Contenidos

Tema	
1. Introducción	1.1.Cultura, conceptos básicos 1.2.Globalización, multiculturalidade, interculturalidade 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 márketing 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.Márketing 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

<b>Metodologías</b>	
	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.

<b>Atención personalizada</b>	
	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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
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	CB4 CB5 CE2 CE3 CE5 CE6 CE12 CT1 CT4 CT5 CT6 CT9 CT11
Trabajos tutelados	Trabajos y presentaciones/exposiciones realizados por el alumnado, relacionados con el temario de la materia.	50	CB4 CB5 CE2 CE3 CE5 CE6 CE12 CT1 CT4 CT5 CT6 CT9 CT11

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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, 2010  
Hofstede, G., Hofstede G.J. & Minkov, M., Cultures and organizations: software of the mind., New York: McGraw-Hill, 2010

Keegan, W. J. & Green M.C. , Global marketing. , Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, 2008

Rodrigo Alsina, M. , Comunicación intercultural., Rubí, Barcelona: Anthropos, 1999

---

---

---

## **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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Idioma	Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Ruas Araújo, Jose			
Profesorado	Ruas Araújo, Jose			
Correo-e	joseruas@uvigo.es			
Web	http://www.masteren leguaycomunicacion.com			
Descripción general	<p>Aproximación a la comunicación en un sentido amplio desde las perspectivas periodística, publicitaria y propagandística.</p> <p>Marketing político: el discurso (elaboración y exposición), la comunicación verbal y no verbal en las comparecencias públicas y comunicación de crisis.</p> <p>Comunicación persuasiva: identidad corporativa, lenguaje en el mensaje publicitario (redacción publicitaria, briefing, creatividad y arte).</p> <p>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.</p>			

**Competencias**

Código		Tipología
CB1	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.	- saber
CB2	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.	- saber hacer
CB3	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.	- saber hacer - Saber estar /ser
CB4	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.	- saber hacer
CB5	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.	- saber hacer - Saber estar /ser
CE1	(*).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.	- saber
CE2	(*).Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber hacer
CE11	(*).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.	- saber hacer
CT1	(*).Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber hacer
CT3	(*).Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.	- saber hacer - Saber estar /ser
CT6	(*).Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.	- saber hacer
CT7	(*).Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.	- Saber estar /ser

CT8	(*Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.	- Saber estar /ser
CT9	(*Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.	- saber hacer - Saber estar /ser

### Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
(*)Aprendizase da teoría e das técnicas de comunicación política e electoral a través de casos prácticos: estudos de mercado, deseño de estratexias, etc.	CB1 CB2 CB3 CE1 CE2 CT1 CT3
(*)Aprender a discentir a comunicación das institucións públicas das privadas e a publicidade institucional da propaganda electoral para lograr as destrezas e habilidades para a práctica da comunicación institucional e política.	CB4 CB5 CE11 CT6 CT7 CT8 CT9

### 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 confrontación 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 las 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

	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-electoral 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-electoral 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-electoral 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-electoral del momento.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
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 y evaluación de julio

#### Fuentes de información

AA.VV. (2009), El debate de los debates 2008, Academia de TV, Ambit Editorial, Barcelona

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, Santiago de Compostela

Arceo Vacas, J.L. (dir.) (1993), Campañas electorales y publicidad política en España (1976-1991), Dirección General de Medios de Comunicación Social, Barcelona

Arregui, J.A.(2009), Porel cambio. 30 años de propaganda política en España, Comunicación Social, Sevilla

Arroyo, Luis (2012), El poder político en escena. Historia, estrategias y liturgia de la comunicación política, RBA, Barcelona

Barranco, F.J. (2010), Marketing político y electoral, ESIC-Pirámide, Madrid

Castells, M. (2009), Comunicación y Poder, Alianza Editorial, Madrid

Costa Badía, Pere Oriol (2008)(com.), Cómo ganar unas elecciones. Comunicación y movilización en las campañas electorales, Paidós, Barcelona

Fernández Campo, S. (2003), Los discursos del poder. Palabras que cambiaron el curso de la Historia, Belacqva, Barcelona

Harfoush, R. (2009), Yes We Did. Cómo construimos la marca Obama a través de las redes sociales, Gestión 2000, Barcelona

Maarek, Philippe, J. (2009), Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política, Paidós Comunicación, Barcelona

Rúas Araújo, J. (2011), Manual del Candidato Electoral, Catarata, Madrid

Rúas, X.; e Díaz, A. (2011), "Publicidad política negativa: nuevos recursos para la vieja propaganda". En: Campos Freire, F. Comunicación y Gobernanza en Europa, Universitas, Madrid

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, Barcelona

Rúas Araújo (2008), Quero ser presidente. Claves da comunicación electoral, Alvarellos Editora, Santiago de Compostela  
Bloque de Comunicación Institucional: , , ,

AA.VV. (2000), Comunicación pública: la información administrativa al ciudadano, Marcial Pons, Madrid

Canel, M.J. (2007), Comunicación de las instituciones públicas, Tecnos, Madrid

Cebrián Herreros, M. (2012), Periodismo empresarial e institucional, Comunicación Social, Sevilla

Lindon, D. (1997), Maketing político y social, Tecnolibro, Madrid

Lucas Marín, A. (1997), La comunicación en la Empresa y las organizaciones, Bosch, Barcelona

Martín Martín, F. (1999), Comunicación Empresarial e Institucional, Editorial Universitas, Madrid

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

---

---

## **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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Idioma	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		Tipología
CB2	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.	- saber hacer
CE1	(*)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.	- saber
CE7	(*)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.	- saber hacer
CE11	(*)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.	- saber hacer - Saber estar /ser
CT5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	- saber hacer
CT7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.	- saber hacer - Saber estar /ser

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
Analizar los procesos encaminados a la elaboración de los mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación, de la generación de la idea a su emplazamiento y posterior evaluación.	CB2 CE11
Planificar las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios.	CE1 CT5
Elaborar el producto publicitario y desarrollar la capacidad para elegir el más adecuado a cada necesidad estratégica.	CB2 CE11
Desarrollar la capacidad de trabajo individual y en equipo, para presentar con solvencia propuestas y proyectos a los clientes.	CE7 CT7

**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

	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 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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Sesión magistral	La evaluación de la parte teórica, contempla un examen tipo test, sobre la materia explicada en clase.	30	CB2 CE1 CE7 CE11 CT5 CT7
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	CE1 CE7 CE11 CT5 CT7
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	CE7 CT7
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Se valorará la aportación personal al trabajo colectivo.	5	CE7 CT7

#### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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, Ed. Campgráfico. Valencia
- González Solas, J., Identidad visual corporativa. La imagen de nuestro tiempo, 2002, Ed. Síntesis. Madrid
- Ricarte Bescós, J. M<sup>a</sup>, Creatividad y comunicación persuasiva, 1998, Ed. Universitaria. Barcelona

#### **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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Idioma				
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 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		Tipología
CE1	(*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.	- saber
CE2	(*Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber hacer
CE4	(*Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.	- saber - saber hacer - Saber estar /ser
CE5	(*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.	- saber - saber hacer
CE7	(*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.	- saber hacer
CE8	(*Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.	- saber hacer
CE9	(*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.	- saber
CE10	(*Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.	- saber
CE11	(*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.	- saber hacer
CE12	(*Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.	
CT1	(*Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber
CT3	(*Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.	- saber hacer
CT4	(*Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.	
CT5	(*Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	
CT6	(*Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.	

CT8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
CT9	(*)Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
CT10	(*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
CT11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.
CT12	(*)Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.

## Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Introducción elemental la evolución histórica de la comunicación periodística	CE1
Conocimiento teórico-práctico de la comunicación periodística y de sus procesos y estructuras organizativas.	CE5
Aproximación al mundo de las empresas de medios de información y organizaciones de comunicación	CE4 CE10
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	CE1 CE5 CE8 CT5
Introducción al conocimiento de la estructura de los medios informativos convencionales, no convencionales e interactivos.	CE4 CE12
Enumeración de los procedimientos de análisis y medición de la recepción de la comunicación periodística	CE9 CE12 CT11
Introducción a las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes periodísticos	CE7
Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje informativo. La realización de las piezas periodísticas básicas y supervisión de su producción definitiva.	CE8 CE11 CT9
Conocimiento del producto periodístico y capacidad para elegir el más adecuado a cada necesidad estratégica.	CE4
Capacidad y habilidad para establecer la planificación de la comunicación informativa, fijando objetivos, definiendo el público objetivo, planteando estrategias y organizando los procesos	CE2 CE7 CT12
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	CE12
Capacidad y habilidad para el ejercicio de la profesión periodística en sus aspectos creativos	CT8
Capacidad para trabajar en equipo.	CT10 CT12
Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno.	CT10
Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico	CT4
Capacidad de fijar objetivos relacionando causa y efectos	CT5
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	CT6
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	CT9
Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar conocimientos en esta disciplina	CT3
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	CT1

## 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.

<b>Planificación</b>			
	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

<b>Metodologías</b>	
	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.

<b>Atención personalizada</b>	
	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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Sesión magistral	La evaluación de la parte teórica, contempla un examen tipo test, sobre la materia explicada en clase.	30	CE1 CE4 CE7 CE9 CE11 CT3 CT4 CT8 CT9 CT11 CT12
Seminarios	Se evaluarán los trabajos realizados en el propio seminario.	5	CE2 CE5 CE8 CT6 CT9 CT11
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	CE2 CE5 CE8 CE10 CE12 CT4 CT5 CT8 CT9 CT11 CT12
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	CE4 CE9 CT5 CT8

#### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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, Barcelona, 2005

Campos Freire, F, El nuevo escenario mediático, Comunicación Social, Zamora-Sevilla, 2011

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

Caridad Sebastián, M., Hernández Pérez, T., Rodríguez Mateos, D. y Pérez Lorenzo, B. , Documentación audiovisual. Nuevas tendencias en el entorno digital, Madrid, Síntesis, 2011

Díezhandino, M. P., Periodismo de servicio, Bosch, Barcelona, 1995

Edo, C., Periodismo informativo e interpretativo: el impacto de Internet ... , Pedro J. Crespo, Sevilla, 2003

López, M., Las nuevas competencias para la prensa del siglo XXI, Paidós, Barcelona, 2004

López, X., Movimientos periodísticos, Salamanca, Comunicación Social, 2012

Pavlik, J., El periodismo y los nuevos medios de comunicación, Paidós, Barcelona, 2005

Rodrigo Alsina, M, La construcción de la noticia, Barcelona, Paidós, 2005

Serra, A. y Ritacco, E. , Curso de periodismo escrito. Los secretos de la profesión desde la teoría universitaria, Atlántida, Buenos Aires, 2005

Túñez, M, La gestión de la comunicación en las organizaciones, Salamanca, Comunicación Social, 2012

---

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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Idioma				
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		Tipología
CE1	(*)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.	- saber - Saber estar /ser
CE3	(*)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.	- saber - saber hacer
CE5	(*)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.	- saber - saber hacer
CE6	(*)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.	- saber - saber hacer
CE11	(*)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.	- saber hacer
CE12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.	- Saber estar /ser
CT1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber - saber hacer
CT7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.	- saber - saber hacer
CT8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.	- saber hacer
CT12	(*)Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.	- saber hacer

**Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
---------------------------	--------------

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.

CE1  
CE3  
CE5  
CE6  
CE11  
CE12  
CT1  
CT7  
CT8  
CT12

<b>Contenidos</b>	
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. 1.14. Premios y distinciones oficiales en España.
2. Consideraciones generales en la organización de eventos	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 3.4. Patrocinio y mecenazgo
3.1. Tipos de actos.	3.5. Visita de Autoridades
3.2. La vida social en la empresa y las instituciones	3.6. Presentaciones
3.2.1. Referentes de la cultura corporativa	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

<b>Planificación</b>			
	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

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

<b>Atención personalizada</b>	
	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.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Informes/memorias de prácticas	Actividad individual o en grupo, dirigida por el profesor	40	CE1 CE3 CE5 CE12 CT1 CT8
Trabajos y proyectos	Presentación de un trabajo de investigación original, tutelado por el profesor, conforme a las reglas del trabajo científico.	60	CE5 CE6 CE11 CT7 CT12

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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, 2010

Fernando Ramos y otros, Curso Superior de Comunicación y Protocolo, Extensión Universitaria, Universidad de VIGO, 2003

Fernando Ramos, Comunicación y Protocolo en el espacio local. Imagen y transparencia de las instituciones públicas, Diputación de Pontevedra, 2010

Fernando Ramos, El protocolo universitario. Historia, tradiciones y práctica actual del ceremonial en la Universidad española, Consello Social de la Universidad de Vigo, 2007

Fernando Ramos, Estratégias e Protocolo para a Comunicaçao Corporativa. Um valor acrescentado para empresas e instituições., Lisboa, Media XXI, Formalpress, 2007

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

### **PROTOCOLO Y CEREMONIAL**

AMARAL, Isabel: (1999) *"Imagem e Suceso. Guia de Protocolo para empresa"*. Verbo. Lisboa/Sao Paulo. Reimpresión

BENITO, Pilar (1998): *Manual de Protocolo, ceremonial y actos públicos*. Film Ideal, 2000 S.L., Barcelona.

BRAVO OLALDE, Agustín: *Enciclopedia de la vida oficial. I Tomo. Ceremonial nacional. Protocolo internacional. Municipalidad americana*. Ediciones consultivas, Bilbao.

CABRAL, Manuel y MARRANA, Rui (1982): *Quid praxis? (portvcalensis). Para uma monografía de costumes*. Asssciação de Estudantes da Universidade Católica Portuguesa no Porto, Oporto.

CALVET de MAGALHAES, José (2001): *Manual diplomático. Direito diplomático. Prática diplomática*. Editorial Bizâncio. Lisboa

· (2002): *Diplomacia doce e amarga*. Editorial Buzâncio. Lisboa

CANO de la VEGA, Jacinto (1963): *Tratado de Protocolo*. Gráficas Genovés, Valencia.

CELADA, Eva (2004): *La cocina de la Casa Real*. Belacqua, Madrid.

CHÁVARRI del RIVERO, Tomás (2004): *Protocolo internacional*. Ediciones Protocolo, Madrid.

CORREAS SÁNCHEZ, Gerardo (2006): *La empresa y su protocolo. El procedimiento de calidad en la organización de sus actos*, Ediciones Protocolo, Madrid.

CUADRADO ESCLAPEZ, Carmen (2003): *Protocolo y comunicación en la empresa y en los negocios*. Fundación Confemetal Ediciones, Madrid.

DÍAZ BONILLA, Alfonso (2002) : *Organización, ceremonial y protocolo en la Iglesia Católica*. Ediciones Protocolo, Madrid.

DIPUTACIÓN DE LUGO (1948): *Protocolo oficial*.

DOMÍNGUEZ CASAS, Rafael (1993): *Arte y etiqueta de los Reyes Católicos. Artistas, residencias, jardines y bosques*. Editorial Alpuerto S.A., Madrid.

FERNÁNDEZ, Fernando (2202): *El arte del protocolo. Manual práctico*. Oberón, Madrid.

FERNÁNDEZ PULPEIRO, Juan Carlos (2006): *Civilidad*. Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincia. Lugo.

FERNÁNDEZ AREAL, Manuel (director) y PENA Alberto: (coordinador (1998): *Protocolo y Relaciones Públicas*, Cuartas Jornadas de Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Vigo. Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial, Pontevedra.

FUENTE LAFUENTE, Carlos (2006): *Protocolo Oficial. Las instituciones españolas del Estado y su ceremonial*, Ediciones Protocolo, Madrid.

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

- (2007): *Protocolo para eventos. Técnica de organización de actos I*. Ediciones Protocolo, Madrid.

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

GALINO, Francisco: (1999): *Del Protocolo y Ceremonial Universitario y complutense*. Editorial Complutense, Madrid.

GONZÁLEZ ENCISO, Agustín, y USUNÁRIZ GARAYOA, María Jesús (1999): *Imagen del rey, imagen de los reinos*. EUNSA. Pamplona.

LISÓN TOLOSANA, C (1991): *La imagen del rey. Monarquía, realeza y poder ritual en la Casa de los Austrias*. Espasa Calpe, Madrid.

LÓPEZ, Camilo (2000): *Invitaciones y protocolo en la ceremonia matrimonial*. Ediciones Nobel, Oviedo.

LÓPEZ-NIETO y Mallo, Francisco (1995): *Manual de Protocolo*. Ariel, Barcelona.

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

- (2000): *Honores y Protocolo* (dos tomos). El Consultor de los Ayuntamientos y los Juzgados, Madrid.

- (2003): *La secretaria y el protocolo*. Ediciones Libertarias, Madrid.

LRC. S.M (1956): *Honores y ceremonial*. Editorial Moret, La Coruña.

MAISONNEUVE, Jean (2003): *Os rituais*. RES-Editora, limitada, Oporto.

MARÍN CALAHORRO, Francisco (2000): *Protocolo y comunicación. Los medios en los actos públicos*. Bayer Hermanos, Barcelona.

MEDINA ÁVILA, Carlos J. (2005. Tres tomos): *La institución militar. Ceremonial, protocolo y símbolos*. Ministerio de Defensa/Ollero Ramos Editores, Madrid.

MINISTERIO DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS (2003): *Manual de documentos administrativos*. Tecnos, Madrid.

MINISTERIO DE DEFENSA (1999): *Honores y recompensas militares*. Ministerio de Defensa, Secretaría General Técnica.

Madrid.

MINISTERIO DA DEFENSA NACIONAL (2000): *Símbolos nacionais e das Forças Armadas*. Defensa Nacional. Lisboa.

MONTEVERDE PASTOR, Francisco (1943): Protocolo oficial español. Aeternitas. Colección Lex. Valencia.

OTERO ALVARADO, María Teresa (2000): *Teoría y estructura del Ceremonial y el Protocolo*. Mergablum, Sevilla.

PINTO CEBRIÁN, Guillermo (1999): *Historia de los actos solemnes vinculados a la bandera de España (bendición y juramento de fidelidad). Reflexiones sobre su ceremonial, simbología y tradición*. Universidad de Oviedo, Oviedo.

POLO RODRÍGUEZ, Juan Luis, y HERNÁNDEZ de CASTRO, Jerónimo (2004): *Ceremonias y grados en la Universidad de Salamanca. Una aproximación al protocolo académico*. Ediciones Universidad de Salamanca.

PUMAR VÁZQUEZ, José (1990): *Ceremonial y Protocolo*. Fundación Caixagalicia, Santiago.

RAMOS, Fernando:

· (2002): "La legitimidad de la propia cultura de la empresa" en *Laurea*, número 1, primer semestre 2002, Revista de Investigación en Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo, Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura. Universidad de Sevilla

· (2004): "La utilización publicitaria de la imagen del rey y de la familia real", en "Ámbitos", *Revista Internacional de Comunicación*. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. Número 11-12. 1º y 2º semestre de 2004. Sevilla.

· (2004): "La aplicación efectiva de las normas de protocolo desde la perspectiva jurídica", en *La comunicación: nuevos discursos y perspectivas*. Actas del Foro del Foro Universitario de Investigación. 7º Ciclo de Otoño. Madrid, Comunicación 2000.

· (2004): "A situación do Protocolo e as relacións públicas en Galicia", en *Informe: A Comunicación en Galicia 2004*. Consello da Cultura Galega. Sección de Comunicación. Santiago de Compostela.

· (2004): "Consideraciones éticas sobre la utilización de la imagen de la familia real con fines publicitarios", en *Información, libertad y derechos humanos: La enseñanza de la Ética y del Derecho de la Información*. Actas del 2º Congreso de Ética y Derecho de la Información. Fundación COSO de la Comunidad Valencia para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. Valencia,

· (2005): *Guía de Protocolo Municipal para 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 Comunicación y la Imagen Local en la Región de Murcia. Técnicas para la Comunicación, las relaciones públicas institucionales y la mejora del servicio a los ciudadanos*. Región de Murcia, Consejería de Presidencia. Dirección General de Administración Local.

· (2006): "*Limitaciones a la libertad de expresión en el tratamiento periodístico del Rey y la Familia Real*", en "Estudios de Periodística XI. El periodismo, motor de cultura y de paz". Comunicaciones y Ponencias de VII Congreso de la Sociedad Española de Periodística (SEP). Facultat de Ciències de la Comunicació. Services de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

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

REINER, Brehler (1997): *Prácticas de oratoria moderna*. Jesús Domínguez Editor, Madrid.

RUEDA CUENCA, Fernando y SANJUÁN MONFORTE, Juan C. (1996): *El protocolo en la sociedad y en la empresa*, Unión FENOSA, Madrid

SÁNCHEZ de SORIA, Juan (2004) *Toledo, su prudente gobierno y las cortes es ceremonias con que lo ejerce*. Ayuntamiento de Toledo.

SANJUÁN MONFORTE, Juan C. (2001); *Introducción al protocolo oficial del Reino de España y de la Unión Europea. Normas y procedimientos*, Unión FENOSA, Madrid.

SERVICIO DE PUBLICACIONES DE LA ARMADA (1998): *Ceremonial Marítimo*. Editorial Naval, Madrid.

SPEERS, Nelson (2005): *Cerimonial. Conceitos, divergencias e convergencias*. Hexágono Cultural, São Paulo.

SOLÉ MONTSE (1998): *El protocolo en la empresa*. Planeta, Barcelona, 1998.

SULLEIRO GONZÁLEZ, Perfecto (1971): *Protocolo, honores y distinciones en las corporaciones locales*. Instituto de Estudios de la Administración Local, Madrid.

SUN TSU (1996): *El arte de la guerra*. Edición especial comentada por José María Sánchez Barrio. Editorial Eyra, Madrid.

TEIJEIRO PARDO-OURO, Concepción, y FERNÁNDEZ PULPEIRO, Juan Carlos (1995): *Buenas costumbres, modales y protocolo*. Diputación Provincial de Lugo.

URQUIZA, Adolfo J. de (1932): *Ceremonial público*. Edición propia, Madrid.

URBINA, José Antonio de: *El protocolo en los negocios, Las reglas de oro del saber estar y funcionar*. Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 2000 (Séptima edición).

- (2001) *El gran libro del protocolo*. Temas de Hoy, Madrid.

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

VALENZUELA DELGADO, José Carlos (2001): *Las discapacidades en el protocolo*. Ediciones Protocolo, Madrid.

VV.AA. (2003): *El arte de saber estar. Enciclopedia práctica de buenas maneras y protocolo*. 6. Ediciones Nobel, Oviedo.

VV.AA. (1997): *Ponencias del I Congreso Internacional de Protocolo*. Instituto de Estudios de Protocolo. Ministerio de Asuntos Exteriores, Madrid.

VV.AA. (1999): *Ponencias del II Congreso Internacional de Protocolo*. Instituto de Estudios de Protocolo, Madrid.

VV.AA. (2000): *Ponencias del III Congreso Internacional de Protocolo*. Secretaría Técnica de la Escuela Internacional de Protocolo, Madrid.

VV.AA. (2001): *Ponencias del IV Congreso Internacional de Protocolo*. Asociación Española de Protocolo, AEP, Madrid.

VV.AA. (2004): *Ponencias del V Congreso Internacional de Protocolo*. Organización Internacional de Ceremonial y Protocolo/ Asociación Española de Protocolo, AEP, Madrid.

VV.AA. (2001): *Ceremonial I*. Academia Argentina de Ceremonial. Buenos Aires.

VV.AA (2001): *Cuaderno de Protocolo. VII Jornadas Nacionales de Protocolo. III Premios Internacionales de Protocolo*, Asociación Española de Protocolo, Madrid.

VV.AA (2002): *Cuaderno de Protocolo. VII Jornadas Nacionales de Protocolo. IV Premios Internacionales de Protocolo*, Asociación Española de Protocolo, Madrid.

VV.AA (2002): *Laurea Hispalis*. Revista Internacional de Investigación en Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo. Número 1, Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla, número 1. Primer semestre.

VV.AA. (2004): *Protocolo y empresa*. Instituto Galego de Formación Empresarial. INGAFOR. Vigo.



VV.AA. (2005): *El protocolo institucional en el ámbito público y privado II*. Actas de las Jornadas Profesionales de Protocolo. Universidad Católica San Antonio. Murcia.

VIEIRA CANHA de ANDRADE, Elisabete (2002): *Gestos, cortesía, etiqueta y protocolo*. Texto Editora Limitada, Lisboa.

VILARIÑO PINTOS, Eduardo (2003): *Curso de Derecho diplomático y consular*. Tecnos, Madrid.

VILARRUBIAS, Felio A (2000): *Tratado de Protocolo de Estado e Internacional*. Ediciones Nobel, Oviedo.

## **URBANIDAD, USOS SOCIALES E IMAGEN PERSONAL**

-

ALONSO BURGOS, Emilio (1959): *Cortesía Juvenil*. Colegio de María Auxiliadora, Salamanca.

ANÓNIMO (1837): *El hombre fino al gusto del día*. 3ª Edición. Traducido del francés al castellano por D. Mariano de Rentería y Fría. Aumentada con las reglas de educación y decoro para señoras. Imprenta del Colegio de Sordomudos, Madrid.

-

AMABLE, Angel (1992): *Manual de las buenas maneras*. Círculo de Lectores, Madrid.

Anónimo (2000): *El arte de regalar*. Ediciones Nobel, Oviedo.

ARMENTERAS, Antonio de (1957): *Enciclopedia de la educación y mundología*. Editorial de Gassó Hermanos, Barcelona.

BALDI, Camillo (1997): *El lenguaje secreto del rostro*. Editorial de Vecchi S.A., Barcelona.

BLANCO AMOR, Eduardo (1983): *Las buenas maneras*. Edicións Xerais de Galicia, Vigo.

BROWYN, COSGRAVE (2005): *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*. Gustavo Gili, Barcelona.

CALLIERES de, François (2001): *Negociando con príncipes*. Edición de AttilioLOCATELLI. Biblioteca la Esfera, Madrid.

CAMPUZANO GARCÍA, Susana. (2003): *El universo del lujo. Una visión global y estratégica para profesionales y amantes del lujo*. McGraw Hill/ Instituto de Empresa, Madrid.

COLLELL, Rosa (2003): *Etiqueta social. Preguntas y respuestas*. Gestión, 2000, Madrid.

DAVIS, Flora (2002): *La comunicación no verbal*. Alianza Editorial, Madrid.

DEVALLS, Natalie (1995): *La etiqueta hoy. Como ir por la vida con seguridad y estilo*. Ediciones Acervo, Barcelona, (Cuarta edición).

DÍAZ PLAJA, Fernando (1996): *Manual de cortesía y convivencia*. Nobel., Oviedo.

DOEZIA, Michel (2000): *Historia de Vestido*. LIBSA, Barcelona.

DUQUE de CAMPOSOL: *Código de etiqueta y distinción social*. Editorial Estudio, Madrid.

EICHLER, Lilian (1932): *Nuevo libro de etiqueta*. Ediciones "El hogar y la moda", Barcelona.

ESCUADERO, Mariano y ROYO VILANOVA, Carla (2004): *Recibir en casa y saber estar en cada ocasión*. Belacqva, Barcelona.

FLOWER, Sibylla Jane y otros (1984): *"Debrett". Nuevo tratado de Etiqueta y reglas sociales*, (edición española). Edaf, Madrid.

FOSCHI, Enrico: *Il cerimoniale a Montecitorio e dintorni*. Gangemi Editore, Roma.

GARCIA DOMÉNECH, Rosa María (2004): *Asesoría de imagen personal*, Videocinco multimedia, Madrid.

GUERRERO LOBO, J.G. (2007): *El Ceremonial y Protocolo en Venezuela*. Anauco Ediciones, C.A, Caracas.

GRACIÁN, Baltasar (2002): *El arte de la prudencia*, edición da José Ignacio Díaz Fernández. Ediciones Temas de hoy (vigésima edición), Madrid.

LÓPEZ, Camilo (1998. 3ª edición): *El libro del saber estar. La urbanidad y los usos sociales*. Plaza y Janés, Barcelona.

· (1996): *La urbanidad y los usos sociales. El libro del saber estar II*. Plaza y Janés. Barcelona.

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

MIGUEL, Amado de (1991): *Cien años de urbanidad. Crítica de las costumbres de la vida española*. Planeta, Barcelona

- (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.

-

OHEIM, Gertrud (1965); *ABC de la etiqueta modern*. Círculo de Lectores, Madrid.

PASCUAL SAN JUAN, Pilar (1920): *Resumen de urbanidad para las niñas*. Hijos de Paluzúa Editores, Barcelona.

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

SÁNCHEZ MORENO, J. (1925): *Tratado práctico de etiqueta y distinción social*. Editorial Cultura, Barcelona.

SGRELLI, Máximo (2006, 5ª edición): *Il cerimoniale. Il cerimoniale moderno e il protocollo di Stato. Regole scritte e non scritte*. Master Edizioni, Roma.

SOLANA, Ezequiel (Reedición 2007): *Reglas de urbanidad y buenas maneras*. Magisterio español, Madrid.

VALLEJO NÁGERA, Juan Antonio (1990): *Aprender a hablar en público*. Planeta, Barcelona.

VIDAL Y SAURA, Ginés (1925): *Tratado de Derecho diplomático*. Editorial Reus, Madrid.

-

-

#### **VEXICOLOGÍA, SIMBOLOGÍA, HONORES y DISTINCIONES**

-

BUENO, José María (1998): *Soldados de España. El Uniforme militar español desde los Reyes Católicos a Juan Carlos I*. Almena, Madrid.

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (1945): *Reglamento de Banderas, insignias y distintivos*, Madrid.

CADENAS Y VICENT, Vicente de (1976): *Manual de Vexicología*. Instituto Salazar de castro. CSIC.,Madrid.

CALVO PÉREZ, José Luis y GRÁVALOS GONZÁLEZ, Luis (1984): *Banderas de España*. Sílex, Victoria.

CALVÓ PASCUAL, Juan L (1987): *Cruces y medallas 1807/1987. La historia de España en sus condecoraciones*. Juan Luis Calvo Pascual, editor, Mos. (Pontevedra).

CEBALLOS-ESCALERA y GILA, Alfonso de (2000): *La insigne Orden del Toisón de Oro*. Palafox-Pezuda, Madrid.

CEBALLOS-ESCALERA y GILA, Alfonso de, y GARCÍA MERCADAL y GARCÍA-LOYGORRY, Fernando (2001): *Las órdenes y condecoraciones civiles del Reino de España*, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, Boletín Oficial del Estado, Madrid.

CEBALLOS-ESCALERA y GILA, A, José Luis ISABEL SÁNCHEZ, LUIS DE CEVALLOS-ESCALERA y GILA (2003): *La Real y Militar*

*Orden de San Fernando*. Palafox-Pezuda, Madrid.

FERNÁNDEZ-XESTA y VÁZQUEZ (2004): *La Orden Civil de la República. Ciudadanía y distinción en el estado igualitario*. Palafox-Pezuda, Madrid.

FLECKENSTEIN, Josef (2006): *La caballería y el mundo caballeresco*. Real Maestranza de Caballería de Ronda. Fundación Cultural de la Nobleza Española. Siglo XXI, Madrid.

GRÁVALOS GONZÁLEZ, Luis y CALVO PÉREZ, José Luis (1998): *Condecoraciones militares españolas*. Editorial San Martín, Madrid.

INGLEFIELD, Eric (1979): *Las banderas*. Editorial Fontalba, Barcelona.

LORENTE AZNAR, César (1999): *Condecoraciones civiles españolas*. Irensa, Zaragoza.

MANZANO LAHOZ, Antonio (1996): *Las banderas históricas del Ejército Español*. Ministerio de Defensa, Madrid.

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES (2001): *Normas básicas sobre protocolo y condecoraciones*. Secretaría General Técnica. Ministerio de Asuntos Exteriores, Madrid.

MINISTERIO DE DEFENSA (1999): *Honores y Recompensas Militare*. Secretaría General Técnica del Ministerio de Defensa, Madrid.

- (1984) *Reales Ordenanzas para las Fuerzas Armadas. Reales Ordenanzas del Ejército de Tierra*. Servicio Geográfico del Ejército, Madrid.

PÉREZ GUERRA, José Manuel (2000): *Órdenes y condecoraciones de España: 1800-1975*. Hermanos Guerra, Zaragoza.

PINTO CEBRIÁN, Guillermo ((1999): *Historia de los actos solemnes vinculados a la bandera de España*. Universidad de Oviedo, Oviedo.

RAYÓN, Fernando y SAMPEDRO, José Luis (2004): *Las joyas de las reinas de España*. Planeta, Barcelona.

SMITHM Whitney (1985): *Banderas y Escudos del Mundo*. Folio, Barcelona.

VV.AA (2000): *Símbolos de España*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, Madrid.

VILLAR, Helena, y RÁBADE, Xesús (1981): *Símbolos de Galicia. A bandeira, o escudo e o himno*, Edicións do Patronato Rosalía de Castro, Santiago.

## **HERÁLDICA**

MACLAGAN, Michael (1999): *Lines of succession*. Little Brown and Company, London.

NEUBECKERN, Ottfried and BROOKE-LITTLE, J.P (1977): *Heraldry, sources, symbols and meaning*. Tiger Boock International, London.

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

PARDO de GUEVARA, Eduardo (1987): *Manual de heráldica española*. Aldaba Ediciones, Madrid.

VAQUERIZO ROMERO, Félix (2000): *Manual de heráldica. Diseños de escudos*. Ediciones Trigo, 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			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Idioma	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	<a href="http://www.webs.uvigo.es/santome">http://www.webs.uvigo.es/santome</a>			
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		Tipología
CE1	(*)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.	- saber
CE2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber hacer
CE7	(*)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.	- saber hacer
CE8	(*)Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.	- saber hacer
CE11	(*)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.	- saber hacer
CE12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.	- saber hacer
CT1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- Saber estar /ser
CT3	(*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.	- saber hacer
CT5	(*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	- saber hacer
CT6	(*)Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.	- saber hacer
CT8	(*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.	- saber hacer
CT10	(*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.	- saber hacer
CT11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.	- saber hacer

## Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
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.	CE1 CE7 CT1 CT5 CT10
Afianzar las habilidades de comunicación teniendo en cuenta los facilitadores y barreras y los distintos estilos personales de comunicación	CE2 CE11 CT3 CT8
Crear y desarrollar ideas de proyectos comunicativos con las herramientas on line disponibles.	CE8 CE11
Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.	CT5
Coordinar equipos y liderar la creación de campañas comunicativas con las nuevas tecnologías.	CE12 CT6 CT11

## 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.  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.	2.1. Internet / Intranet. 2.2. E-mail dentro de una Intranet 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.  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?	3.1. Fundamentos de la web 2.0. 3.2. Herramientas (presentaciones, marcadores sociales, sindicación de contenidos, compartir/recuperar imágenes, vídeos...) 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

<b>Metodologías</b>	
	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.

<b>Atención personalizada</b>	
	Descripción
Prácticas autónomas a través de TIC	Supervisión personalizada de las prácticas propuestas durante la materia.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Prácticas autónomas a través de TIC	Elaboración de proyecto de comunicación publicitaria con herramientas web 2.0	60	CE1 CE2 CE7 CE8 CE11 CE12 CT1 CT8 CT10 CT11
Tutoría en grupo	- Propuestas de proyectos. - Exposiciones de trabajos. - Análisis de ejemplos reales.	40	CE2 CE7 CE8 CT3 CT5 CT6

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

En julio se realiza una prueba escrita.

### **Fuentes de información**

MÓNICA VALDERRAMA, BLOG DE LA MATERIA, , 2014

Sánchez, J. y Pintado, T., Nuevas tendencias en comunicación, ESIC EDITORIAL, 2012

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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Idioma				
Departamento	Lingua española			
Coordinador/a	Anaya Revuelta, Inmaculada			
Profesorado	Anaya Revuelta, Inmaculada Rifón Sánchez, Antonio			
Correo-e	ianaya@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.masterlenguaycomunicacion.com">http://www.masterlenguaycomunicacion.com</a>			
Descripción general	O alumnado realizará diferentes traballos nas empresas coas que ten convenio realizado dacordo coas necesidades e diferentes perfiles das mesmas.			

**Competencias**

Código		Tipología
CE1	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.	- saber
CE2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.	- saber hacer
CE4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.	- saber hacer
CE5	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.	- saber hacer
CE7	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.	- saber hacer
CE11	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.	- saber hacer
CE12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.	
CT4	Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.	- saber hacer
CT7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.	- saber hacer
CT8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.	
CT9	Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.	
CT12	Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.	- saber - saber hacer

**Resultados de aprendizaxe**

Resultados de aprendizaxe	Competencias
Desenvolver a capacidade de comunicación en equipos interdisciplinares con perfiles persoais, formativos e profesionais moi diversos.	CE1 CE12 CT7
Recoñecer e manexar axeitadamente os sinais verbais na comunicación interpersoal e en público	CT4

Coñecer e saber utilizar recursos bibliográficos ou fontes web fiables para a preparación de encontros con outras culturas.	CE2 CE5 CE11
Capacidade de aprendizaxe autónoma e continua dos contextos técnicos e teóricos relacionados cun proxecto profesional relacionado coa comunicación.	CE5 CT8 CT9
Saber planificar un traballo de aplicación ao mundo da comunicación profesional segundo unha metodoloxía específica.	CE4 CE7 CT12
Selección, organización e avaliación da documentación relevante relacionada coa comunicación profesional coa súa metodoloxía e recursos tecnolóxicos e coas súas referencias axeitadas.	CE5 CT9 CT12

## 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 docente

	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

	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	Competencias Evaluadas
Prácticas externas	Valorase o desenvolvemento nas tarefas deseñadas polas empresas ou institucións responsábeis.	60	CE1 CE2 CE4 CE5 CE7 CE11 CE12 CT4 CT7 CT8 CT9 CT12

Traballos tutelados Valorarase a calidade dos traballos realizados durante o período de prácticas.	40	CE1 CE2 CE4 CE5 CE7 CE11 CE12 CT4 CT7 CT8 CT9 CT12
--	----	---

---

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Idioma	Castellano 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		Tipología
CB2	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.	
CB3	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.	
CB4	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.	
CE1	(*)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.	- saber
CE4	(*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.	- saber hacer
CE6	(*)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.	- saber - Saber estar /ser
CE7	(*)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.	- saber hacer
CE8	(*)Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.	- saber - Saber estar /ser
CE9	(*)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.	- saber - saber hacer
CE11	(*)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.	- saber hacer - Saber estar /ser
CE12	(*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.	- saber - saber hacer
CT1	(*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.	- saber

CT11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.	- saber hacer - Saber estar /ser
CT12	(*)Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.	- saber - saber hacer

### Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Desarrollar la capacidad de comunicación en equipos interdisciplinares con perfiles personales formativos y profesionales muy diversos.	CB2 CB3 CE6 CE9 CE12 CT12
Reconocer y manejar adecuadamente las señales no verbales en la comunicación interpersonal y en público.	CB3 CB4 CE1 CT11
Conocer y saber utilizar recursos bibliográficos o fuentes web fiables para la preparación de encuentros con otras culturas.	CB3 CE8 CE11 CT12
Saber planificar un trabajo de aplicación al mundo de la comunicación profesional según una metodología específica.	CB2 CB4 CE8 CE12 CT12
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.	CB3 CB4 CE4 CE7 CT1 CT11

### 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**

	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	Competencias Evaluadas
Estudio de casos/análisis de situaciones	Aplicación práctica en casos y situaciones de la hipótesis de trabajo.	20	CB2 CB3 CB4 CE1 CE4 CE6 CE7 CE8 CE9 CE11 CE12 CT1 CT11 CT12
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Capacidad crítica	10	CB2 CB3 CB4 CE1 CE4 CE6 CE7 CE8 CE9 CE11 CE12 CT1 CT11 CT12

Proyectos	Presentación escrita del proyecto. Dominios de las técnicas de comunicación en la defensa del proyecto.	40	CB2 CB3 CB4 CE1 CE4 CE6 CE7 CE8 CE9 CE11 CE12 CT1 CT11 CT12
Metodologías integradas	Rigor metodológico. Uso de recursos.	30	CB2 CB3 CB4 CE1 CE4 CE6 CE7 CE8 CE9 CE11 CE12 CT1 CT11 CT12

### Otros comentarios y evaluación de Julio

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 , 2010

Inmaculada SANZ ALAVA, El Español Profesional y Académico en el aula universitaria. El discurso oral y escrito, Tirant lo Blanch, 2007

Antonio BRIZ, Saber hablar, Madrid, Aguilar, 2008

MANCHESTER OPEN LEARNING, Cómo hacer presentaciones eficaces, Gestión 2000, 1995

Jesús SÁNCHEZ LOBATO (coord.), Saber escribir, Madrid, Aguilar , 2010

Gema MUÑOZ-ALONSO, Estructura, metodología y escritura del Trabajo de Fin de Master, Madrid, Escolar y Mayo, 2011

Melissa WALKER, Cómo escribir trabajos de investigación, Barcelona, Gedisa, 2000

Nigel Warburton, Cómo aprender a escribir, Barcelona, Paidós, 2012

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](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