

FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado	Comunicación Digital
Asignatura	Fundamentos de la Comunicación Persuasiva
Módulo	Módulo II. Básico de Comunicación
Área Departamental	Ciencias Sociales y de la Salud
Semestre	Segundo semestre
Créditos totales	6
Curso	1º
Carácter	Formación Básica
Lengua de impartición	Castellano

Modelo de docencia:	Tipo A1
a. Enseñanzas Básicas (EB):	68% (31 horas)
b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):	32% (14 horas)
c. Actividades Dirigidas (AD)	

2. COMPETENCIAS

2.1. Competencias Básicas y Generales

CB01 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio;

CB02 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por

medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio;

CB03 - Que los estudiantes tengan capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;

CB04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas o soluciones a un público tanto especializado como no especializado;

CB05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG02 - Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales.

CG05 - Capacidades y habilidades para saber aplicar la investigación en todo el proceso de comunicación.

CG06 - Desarrollo de capacidades que permitan a los alumnos reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político.

CG07 - Capacidad y habilidad para interpretar y analizar situaciones motivacionales y sociológicas aplicadas a la comunicación.

CG10 - Conocimiento de la terminología y de las distintas técnicas de la comunicación en su vertiente informativa, persuasiva y audiovisual.

CG11 - Capacidad para percibir críticamente el nuevo panorama de la comunicación que nos rodea, considerando los mensajes como fruto de una sociedad producto de las condiciones sociopolíticas, económicas y culturales.

CG13 - Capacidad para entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación.

CG15 - Conocimiento de los fundamentos de la comunicación persuasiva.

CG18 - Conocimiento de la ética y de la deontología, que afectan tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del informador y del comunicador.

2.2. Competencias Transversales

CT01 - Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.

CT02 - Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.

CT05 - Capacidad para integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.

CT07 - Adquirir habilidades para liderar un equipo.

CT09 - Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

CT10 - Localizar y gestionar documentación e información.

CT11 - Adaptarse con flexibilidad a nuevas necesidades y cambios.

CT13 - Generar ideas emprendedoras e innovadoras con iniciativa en el diseño y la gestión de proyectos.

CT15 - Conocer y manejar las nuevas tecnologías de la información.

2.3. Competencias Específicas

No se contemplan para esta asignatura.

3. CONTENIDOS

La comunicación publicitaria. Sistemas. Dimensiones de la publicidad: informativa y persuasiva. Tipología de la publicidad. El emisor publicitario. El anunciante. Estructura departamental de la publicidad. Principales anunciantes. La agencia de publicidad: estructura, funcionamiento, remuneración, tipología. Las centrales de medios. Fuentes para la investigación de medios. Etapas y procesos del proceso publicitario. *Briefing*: redacción, estructura y funciones. Esquema de elaboración.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
Actividades Presenciales (AP): se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
Actividades Autónomas (AA): El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0
Actividades de Evaluación (AE): Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

METODOLOGÍA

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

- Clases magistrales/expositivas (AP)
- Conferencias (AP)
- Realización de presentaciones en clase (AP)
- Ejemplificación y estudio de casos (AP)
- Prácticas de aula (AP)
- Prácticas en talleres y laboratorio (AP)
- Debates (AP)
- Exposición de trabajos en grupo (AP)
- Ejercicios de simulación (AP)
- Preparación de trabajos de curso (AA)

Estudio personal (AA)
 Realización de actividades prácticas (AA)
 Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
 Comentario de texto (AA)
 Preparación de presentaciones (AA)
 Campus virtual (AA)
 Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas (AA)
 Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Prueba objetiva: escrita u oral	70 %
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	30 %
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	

7. PROFESORADO

Nombre	Prof. D ^a Isabel Palomo Domínguez
Centro	Centro Universitario San Isidoro
Áreas Departamentales	Ciencias Sociales y de la Salud
E-mail	ipalomo@ceade.es