



FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la asignatura

Código	630801
Nombre	Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario
Curso	Primero
Semestre	Segundo
Titulación	Grado en Comunicación y Protocolo y Organización de Eventos.
Materia	Comunicación
Carácter	Básica
Créditos ECTS	6
Lengua en la que se imparte	Castellano
Curso académico	2018 - 19

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Alejandro Zabaleta Díaz
Condición Académica	Licenciado
Tipo de profesorado/Perfil Docente	Profesor asociado
Correo electrónico	alejandro.zabaleta@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	
Tutorías	



DESCRIPCIÓN Y CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

La información de actualidad

Criterios y formas de la noticia

El lenguaje audiovisual: códigos y elementos

La comunicación publicitaria: principios para la elaboración de mensajes publicitarios

COMPETENCIAS

Competencias Generales

CG1 - Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.	
CG3 - Comprender la evolución histórica del mundo moderno con especial hincapié en los hechos culturales, políticos y económicos que lo definen.	
CG4 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.	
CG5 - Comprender la realidad política y los hechos informativos que definen la actualidad.	
CG6 - Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.	
CG7 - Manejar las lenguas española e inglesa (con un nivel B1 según los criterios establecidos por el MCER) de forma oral y escrita, en general, y su adaptación a los usos	



Competencias Específicas

CE1 – Entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.	
CE6 – Demostrar el uso profesional de las tecnologías y técnicas comunicativas para procesar, elaborar y transmitir información, con especial hincapié en los nuevos soportes.	
CE7 – Saber dirigir la oficina de comunicación de una institución pública o privada.	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Capacidad para utilizar las nuevas tecnologías para el diseño y transmisión informativa.

Capacidad para dirigir la oficina de comunicación de una institución pública o privada.

Capacidad para entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

Capacidad para utilizar con destreza las lenguas española e inglesa de forma oral y escrita, en general, y su adaptación a los usos específicos en los medios de comunicación.



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Horas	% Presencialidad
Clase expositiva	30	100
Prácticas, talleres, seminarios, estudios de casos, visitas a centros de interés, sesiones de trabajo práctico, proyectos y trabajos	18	100
Tutoría y seguimiento	6	100
Evaluación	6	100
Trabajo Autónomo del alumno	90	0
	150	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Metodología
Método expositivo. Lección magistral
Estudio individual
Resolución de problemas
Metodología por proyectos
Tutoría presencial (individual y/o grupal)
Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación



SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Sistemas de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
Asistencia y participación activa	10	10
Realización de trabajos y prácticas	30	30
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	60	60

La asignatura se articula en tres partes: lenguaje escrito, lenguaje audiovisual y lenguaje publicitario. Cada una tiene el peso de un tercio sobre la nota final. Para aprobar la asignatura, el alumno deberá tener aprobadas las tres partes. En el caso de suspender alguna, solo se examinará de ella en la recuperación.



REFERENCIAS/BIBLIOGRAFÍA

Básicas

- PARRAT, S (COORD); PANIAGUA, P; ABEJÓN , P. (2017). Manual práctico de redacción periodística. Géneros informativos, interpretativos y de opinión. Madrid: Síntesis.
- POMEDA, J.M.C. (2004). Televisión y lenguaje audiovisual. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, RTVE.
- ROMERO, M.V. (COORD) (2005). Lenguaje publicitario. Madrid: Ariel.

Complementarias.

- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (2012). Curso general de redacción periodística. Madrid: Paraninfo.
- GRIJELMO, A. (2014). El estilo del periodista. Madrid: Taurus.
- NÚÑEZ LADEVEZE, L. (1995). Introducción al periodismo escrito. Barcelona: Ariel Comunicación.
- CASASÚS, J.M; NÚÑEZ LADEVEZE, L. (1991). Estilo y géneros periodísticos. Barcelona: Ariel Comunicación.
- VARIOS (2004). Articulismo español contemporáneo. Una antología. Madrid: Mare Nostrum Comunicación.
- WOLFE, T. (1973). El nuevo periodismo. Barcelona, Anagrama.
- ECHEVARRÍA, M.C; VIADA, M.M. (2015) Lenguajes y herramientas de la narrativa digital. Córdoba (Argentina): Editorial Brujas.
- PALAZÓN, A. (1998). Lenguaje audiovisual. Madrid, Acento.
- MARTÍN I. (2015). Análisis narrativo del guión del videojuego. Madrid: Síntesis.
- EGUIZÁBAL, R. (2011). Historia de la publicidad. Madrid: Fragua-
- ROBLES ÁVILA, S; GÓMEZ TORREGO, L. (2014) Transgresiones idiomáticas en el lenguaje de la publicidad. Madrid: Cátedra

RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA

- a. **La asistencia a clase** es fundamental. Si el alumno se acoge al sistema de evaluación continua, la no asistencia a una clase no exime de presentar los trabajos que se hayan solicitado. Recuerde que un porcentaje de la nota final depende de la participación.
- b. **Las clases comienzan y terminan** a la hora establecida. Una vez que comience la clase, por deferencia al resto de compañeros y al docente, no está permitida la entrada de ningún alumno. Con el mismo criterio, tampoco se permite la salida de clase antes de su finalización. Atascos, tutorías, viajes, reuniones... no son razones que permitan sortear esta norma.
- c. **Está prohibido** comer, beber, mascar chicle y todo aquello que dicta la educación y el sentido común durante la clase.
- d. **Está terminantemente prohibido** hacer uso del teléfono móvil con fines personales.
- e. **Honestidad académica.** El plagio, las trampas, las ayudas no autorizadas para la elaboración de trabajos o la falsificación de documentos implican el suspenso automático de la asignatura y el traslado de lo ocurrido al Decano de la Facultad para la adopción de las medidas oportunas (apertura de expediente y/o expulsión). Plagiar es la mayor infracción en la que se puede incurrir en la Universidad. Desconocer qué es plagiar no es una eximente. En el ámbito académico quizá sería un agravante. Tampoco es posible plagiar "sin mala intención". Todos los trabajos deben ser originales y todos los recursos utilizados deben ser referenciados con arreglo a la normativa establecida por la Universidad. El 'olvido' de una referencia será considerado plagio.
- f. **Integridad Académica.** La ausencia de citación de fuentes, el plagio de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, o la firma en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.
- g. **Faltas de ortografía.** En cuanto a las faltas de ortografía, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de



ortografía consideradas leves (tildes), dos faltas equivalen a una grave.