Los públicos

MÁSTER EN COMUNICACIÓN INTEGRAL AVANZADA

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Títulos Propios

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.

DATOS GENERALES

Breve descripción

La asignatura analiza, identifica y describe los diferentes tipos de públicos receptores de los mensajes. De esta forma se diseña una comunicación especializada para cada diferente clasificación de público.

Título asignatura

Los públicos

Código asignatura

101325

Curso académico

2013-14

Planes donde se imparte

MÁSTER EN COMUNICACIÓN INTEGRAL AVANZADA

Créditos ECTS

2

Carácter de la asignatura

OBLIGATORIA

Duración

Anual

Idioma

Castellano

CONTENIDOS

Contenidos

- Opinión pública
- Sociología y Psicología de la Comunicación
- Mercados y audiencias

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE FORMACIÓN

Generales

CG7.- Saber comunicar los análisis y las conclusiones con precisión en el lenguaje.

CG17.- Relacionar los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas.

CG26.- Resolver casos prácticos que se presentan en una situación real comunicando el diagnóstico de la situación o problema y la posible solución.

Específicas

CE25.- Identificar y conocer los distintos tipos de públicos que pueden ser receptores en el acto comunicativo.

CE26.- Comprender y aplicar las diferencias entre los públicos para adecuar el medio y tecnología de la comunicación.

CE27.- Crear mensajes específicos para públicos específicos.

PLAN DE APRENDIZAJE

Metodologías docentes

Sesiones presenciales: lecciones magistrales, sesiones generales de presentación de contenidos, exposición pública de temas o trabajos, ejercicios y resolución de problemas.

Aula virtual: a través de la página web y aula virtual del Máster los alumnos tienen acceso a información adicional de las asignaturas, así como a tutorías personalizadas. El aula virtual permite a su vez la comunicación entre alumnos, organización de trabajos y prácticas y sirve de continuidad, apoyo y contacto entre alumnos y profesores.

El aula virtual es fundamental para el trabajo dirigido que los alumnos realizan fuera de clase: estudio y documentación, monografías de carácter teórico o práctico, sesiones tutoriales y aprendizaje colectivo.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evalución

La evaluación del rendimiento del trabajo del alumno y de las competencias adquiridas se realizará teniendo en cuenta un examen escrito, la presentación pública de trabajos y la participación activa del alumno en el aula.

Examen escrito (40%):
Se pide que el examinado seleccione respuestas de entre un número dado de posibilidades, como variante o variantes correctas ante las preguntas planteadas.

Presentación pública (30%):
Se pide que los examinados expongan públicamente en un tiempo limitado, de modo oral, los resultados de un trabajo monográfico realizado por ellos, tanto individual como colectivamente.

Participación activa del alumno en el aula (30%):
Participación, búsqueda de información adicional, reflexión para la toma de posición personal sobre temas concretos, proactividad..., valorándose por parte del profesor de la materia tanto las aportaciones como las actitudes del alumno, fruto de un proceso de aprendizaje relacionado con las competencias definidas para la materia.

PROFESORADO

Profesor responsable

Vaca Berdayes, Ricardo

Doctor en Comunicación Audiovisual
Presidente de Barlovento Comunicación

Profesorado

Deza Pulido, Mónica

Consejera de Next International Business School
Vicepresidenta de Innovación de McCann WorldGroup

Parralejo Agudo, Jesús

Consultor en Comunicación
Consulting360 y ESPEJOPYME.com