DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Herramientas y Métodos para una Comunicación de Impacto
PLAN DE ESTUDIOS: Máster Universitario en Organización y Comunicación de Eventos (OMA-EVENTOS)
GRUPO: 2526-O1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)
ECTS: 6,0
CURSO: 1º
TEMPORALIDAD: 1º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: LAURA MARÍA VÁZQUEZ VIAÑO
EMAIL: lmvazquez@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00

CV DOCENTE:

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Vigo. Premio Fin de Carrera Xunta de Galicia y Universidad de Vigo. Posgrado en Search y Social Media Marketing de OBS y Curso de Especialización en Publicidad Digital de ESIC. Vázquez cuenta con experiencia docente impartiendo varias asignaturas relacionadas con la comunicación y el marketing en la Universidad Europea Miguel de Cervantes, la Escola Superior de Relaciones Públiques de Barcelona, la Universidad Complutense de Madrid, Galicia Business School, la Universidad de Santiago de Compostela, INESDI Digital Business School, Universidad Carlos III de Madrid, IEBS, Universidad de Vigo, Escuela Internacional de Marketing, Escuela de Negocios y Dirección, Universidad Europea de Madrid, HUB Escuela, UNIR, ICEMD, Instituto Superior de Protocolo y eventos, CESMA o la Universidad Carlos III de Madrid. Ha impartido asignaturas de estrategia en social media, plan de comunicación online, reputación online y prevención y gestión de crisis en internet, PR digital y estrategias de relación con influencers, nuevas tecnologías aplicadas a las Relaciones Públicas o estrategia de marketing digital, entre otras.

CV PROFESIONAL:

Vázquez cuenta con 17 años de experiencia profesional en agencias nacionales y multinacionales de referencia en España. A continuación se resume el cargo y nombre de las agencias en las que ha trabajado: Head of Digital Marketing & Digital Strategy en Torres y Carrera Septiembre 2018- actualidad Directora de Servicios al Cliente y CMO Octubre 2017- Junio 2018 Havas- Head of Social Media & PR Digital Marzo 2013- Octubre 2017 Best Relations- Consultora Senior de Comunicación y Social Media Septiembre 2009 – Marzo 2013 Noa Nogueira- Account Executive Junior Publicidad y RRPP Octubre 2007- Junio 200

CV INVESTIGACIÓN:

Autora "Redes sociales, microbloging y relaciones públicas 2.0: análisis de las posibilidades y de las prácticas comunicativas en el sector español de e-salud" VI Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas. (Pontevedra, 5 y 6 de mayo de 2011). Autora "El sector salud: de las estrategias de comunicación masivas a las conversaciones" en el XVI SEMINARIO Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO) y Asociación Española de Anunciantes (AEA) (Madrid, 2 y 3 de junio de 2011). Autora de "El modelo de presencia digital y tipo de conversación 2.0 de la industria farmacéutica española en redes sociales" II Congreso de la Blogosfera Sanitaria (Madrid, 17 y 18 de junio de 2011) Autora ponencia "Televisión y espectáculo" (enero de 2008). Universidad de Navarra e Istituto per la Cooperazione Universitaria. Autora del capítulo "El Pueblo Gallego" en Centenario Asociación de la Prensa de Vigo. (Febrero de 2010). Asociación de la Prensa de Vigo y

Xunta de Galicia. Ayudante de investigación proyecto "Prensa y Derechos Humanos" (Diciembre de 2008). Fundación Ciudadanía y Valores (Obra Social Caixa Galicia).

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Oratoria, Técnicas para hablar en público, Técnicas para la comunicación escrita de alto impacto, Gestión de emociones, Diseño de una presentación de alto impacto, Escribir en blogs y en redes sociales.

La asignatura Herramientas y métodos para una comunicación de impacto sienta las bases para la formación de un profesional experto en imagen pública y en la organización de eventos y protocolo. Como punto de partida, todo comunicador que se precie debe dominar las estrategias y técnicas básicas de la comunicación oral y la organización de ideas en la comunicación escrita, así como el aprovechamiento de la comunicación no verbal en cualquier discurso. Con estos conocimientos, estará en disposición de criticar y adaptar creativamente cualquier discurso a los medios de comunicación y de asegurar una comunicación efectiva en su audiencia desde una perspectiva ética y de calidad.

Conocimientos y destrezas previas Uso correcto hablado y escrito de la lengua española.

Contextualización de la asignatura

Esta asignatura tiene un carácter transversal porque servirá de punto de partida para abordar el resto de asignaturas del Máster en imagen pública y organización de eventos y protocolo. Los estudiantes serán capaces de comunicar eficazmente en distintos escenarios, principalmente laborales.

Importancia de la asignatura para el ámbito profesional

Tanto organizar el discurso a nivel oral y escrito como hablar en público adquieren gran relevancia en todos los sectores. Se convierten en un sello distintivo de un trabajador y su empresa. Con esta asignatura, los estudiantes adquirirán estas habilidades comunicativas necesarias para el dominio de sus discursos.

Objetivos generales de la asignatura

- Aplicar estratégica y eficazmente las características lingüísticas, textuales y pragmáticas de los discursos, adaptándolas a cualquier situación.

- Reproducir discursos expositivos y argumentativos en diferentes medios de comunicación.

- Desarrollar habilidades comunicativas para promover diálogos constructivos.

- Valorar la relevancia de un discurso eficaz.

Recursos de aprendizaje

Para la impartición de esta asignatura, los alumnos disponen de un manual que deberá completarse con los conocimientos teóricos explicados en cada sesión mediante diapositivas, vídeos recomendados, ejercicios específicos de agilidad, entonación, etc. Así mismo los estudiantes, dispondrán de los recursos necesarios para la grabación de vídeos o discursos sonoros... con el objeto de realizar correctamente los ejercicios pedidos.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Introducción a la oratoria** : Relevancia de la comunicación. Oratoria y claves de un buen orador. Miedo escénico y su superación. Éxito en el discurso de buen orador: contenido, articulación, respiración, gesticulación y lenguaje corporal. Ejercicios de agilidad y acentuación.
    1. Oratoria
    2. Miedo escénico superación
    3. Claves éxito buen orador
    4. Ejercicios de agilidad y acentuación
2. **La comunicación: conceptos generales.** : Claves lenguaje verbal y no verbal

1. Lenguaje verbal : Lenguaje verbal: naturalidad; frases cortas; vocabulario amplio; orden lógico de las palabras; repetir, reiterar, redundar; jergas, tecnicismos, siglas y cifras; tiempos verbales; estilo verbal frente al nominal; voz activa frente a voz pasiva; creación de imágenes... EL RESUMEN Y EL ARTÍCULO DE OPINIÓN.
2. Lenguaje no verbal : Lenguaje no verbal: movimientos del cuerpo o kinesia, características físicas, conducta táctil, proxémica, factores del entorno, artefactos... ENTREVISTA: formular y responder preguntas.

3. **El discurso y cómo hablar en público** : Funciones básicas del discurso: didáctica, estratégica y estética. Tipos de discurso, según objetivo: exponer, declarar, persuadir y opinar. Tipos de discurso, según contenido: descriptivo, narrativo, expositivo y argumentativo. Formatos y situaciones del discurso. COLOQUIO: tertulia, mesa de expertos y debate. El contenido del discurso y su estructura: introducción, desarrollo y conclusión. La forma del discurso: improvisación, improvisación preparada, memorización y lectura de un texto. El público: cómo captar su atención, turnos de preguntas y respuestas, tipos de preguntas...
   1. Funciones y tipos de discurso
   2. Formatos y situaciones del discurs
   3. La forma del discurso y el público
4. **Comunicación escrita** : Qué es la comunicación escrita. Evolución histórica de la escritura El mensaje escrito como método de comunicación Definición y características del mensaje escrito. Tipos y formatos Elementos del mensaje escrito. Ventajas y desventajas de la comunicación escrita Pasos en la planificación de la redacción El texto de alto impacto.
   1. Comunicación y mensaje escrito
   2. Ventajas y desventajas de la comunicación escrita
   3. Planificación y textos de alto impacto
5. **Las redes sociales** : ¿Qué son las redes sociales? Origen y evolución de las redes sociales Características de las redes sociales virtuales Ventajas y desventajas de las redes sociales Tipos de redes sociales Principales redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y TikTok Manual de estilo para las redes sociales. ¿Por qué una guía de estilo? ¿Qué incluir en una guía de estilo?
   1. Definición, evolución y características de las redes sociales
   2. Facebook, Instagram, Tiktok
   3. LinkedIn, Twitter

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

Muchos contenidos se tratarán específicamente en las videconferencias donde también se recomendarán materiales de obligada lectura y estudio.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Zoom work place)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

COMPETENCIAS GENERALES:

- GC1. Competencia para desarrollar con efectividad un evento. Esta competencia implica la capacidad de

planificar, organizar y coordinar todos los aspectos relacionados con la realización de eventos, desde la conceptualización hasta la ejecución y evaluación.
- GC2. Competencia para desarrollar una comunicación efectiva. Esta competencia implica la capacidad de desarrollar y ejecutar estrategias de comunicación efectivas, tanto internas como externas, para instituciones u organizaciones, con el objetivo de transmitir mensajes claros y coherentes.
- GC3. Competencia en márketing y branding. Esta competencia implica desarrollar habilidades en marketing y branding para identificar oportunidades de promoción, desarrollar eventos y posicionar la marca o mensaje de la institución u organización de manera coherente con sus objetivos de comunicación.
- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC2.2 Anticipar y manejar crisis de comunicación de manera efectiva, protegiendo la reputación de la institución u organización.
- SbC3.1 Identificar tendencias, necesidades y preferencias del público objetivo al que se dirige el evento.
- C2.1 Conocer estrategias de comunicación para mejorar la imagen pública.
- C2.2 Conocer técnicas de comunicación oral y tipos de presentaciones según los diferentes contextos de actuación: reuniones, actos, eventos.
- C2.3 Conocer técnicas de comunicación escrita atendiendo a los diferentes códigos de aplicación según los medios digitales.
- H2.1 Planificar un discurso oral para diferentes audiencias y contextos.
- H2.2 Elaborar textos específicos para medios digitales.
- CT1.3 Realizar la actividad profesional respetando los derechos y deberes deontológicos propios del ámbito profesional.
- CT2.1 Expresarse de forma creativa en un discurso oral y escrito atendiendo a la variedad de contextos.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Merayo, A. (2008): Curso práctico de técnicas de comunicación oral. . Tecnos . ISBN: 978-84-30937363
- Urcola, J. (2001): Cómo hablar en público y realizar presentaciones profesionales. . . ESIC. ISBN: 978-84-73563379

- Atkinson, M. (2005): Claves para hablar en público. . Gestión 2000 . ISBN: 978-84-96426157

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Ailes, R. (2001): Tú eres el mensaje. La comunicación a través de los gestos, la imagen y las palabras.. Paidós Plural . ISBN: 978-84-49310857
- Ballenato, G. (2013): Comunicación eficaz: Teoría y práctica de la comunicación humana. Pirámide . ISBN: 9788436827545
- Beltrán, A. (2017): Cuaderno práctico de ejercicios para una comunicación eficaz.. Zenith . ISBN: 9788408166535
- ACED, C. (2013): Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Barcelona: . UOC. ISBN: 978-84-9180-316-4

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion
Marketing4ecommerce(http://www.marketing4ecommerce.net) Primer medio de comunicación online especializado en Marketing Digital, eCommerce y el ecosistema de startups.
Juan Merodio (http://www.juanmerodio.com) Marketing Digital y negocios online
Trecebits (http://www.trecebits.com) Internet, Redes sociales y Tecnología en castellano.
RAE(http://www.rae.es) Diccionario de la Real Academia Española

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

Se describe a continuación la metodología aplicada

MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las actividades formativas que se realizan en la asignatura son las siguientes:

Clases teóricas: Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la

realización de esta actividad en Open Campus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

Actividades prácticas: Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupos a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

Tutorías: Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas dos sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

SESIONES EN TIEMPO REAL :

	Título
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	Clase magistral 1
CM2	Clase magistral 2
CM3	Clase magistral 3
CM4	Clase magistral 4
CM5	Clase magistral 5
CM6	Clase magistral 6
CM7	Clase magistral 7
TU2	Resolución de dudas antes de la evaluación

EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua	60%
Evaluación final	40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Actividad test (Test de evaluación)	10
Evaluacion final (40 %)	1. Examen final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:
A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno debe obtener una media de igual o superior a 5 entre todas las actividades. En el caso de no superar la evaluación continua, se guardan para la convocatoria extraordinaria las notas de aquellas actividades aprobadas, no pudiendo volver a presentarlas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua (entrega de trabajos) se desarrollarán según se indica y, para ser evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán trabajos entregados posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.
- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- Las actividades de evaluación continua (tipo test) se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación final de la asignatura

Los alumnos accederán a través de Open Campus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo aproximado de 20 días lectivos desde la fecha fin de fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se completará con una **evaluación final**, que se realizará al finalizar el periodo lectivo de cada asignatura. Los exámenes serán eminentemente prácticas, de manera que, los alumnos podrán disponer de los apuntes y consultarlos, (solo en formato digital) durante la realización de la prueba.

Para resolver el examen, los alumnos deberán descargar el enunciado de la prueba y una vez cumplimentado, subirlo en el espacio correspondiente del campus virtual

La prueba **supondrá un 40%** de la calificación sobre la nota final de la asignatura.

- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma. DOCENTE

- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de "No presentado", con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua 60%
Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Actividad test (Test de evaluación)	10
Evaluacion final (40 %)	1. Examen final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las actividades de evaluación continua y prueba de evaluación final, superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Ejecución de prácticas	50%
Pruebas escritas	45%
Técnicas de observación	5%