

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Retórica y oratoria
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y Comunicación
Curso	1º
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	2º semestre
Curso académico	24-25
Docente coordinador	Jorge Jiménez Ramírez

2. PRESENTACIÓN

La asignatura de Retórica y oratoria se inscribe en el módulo de Fundamentos de la Comunicación y la Publicidad (Módulo 1) y se imparte en el 1º curso del Grado en Publicidad.

El objetivo principal de esta asignatura es acercar al estudiante al conocimiento de la retórica y la oratoria y su aplicación en el ámbito publicitario. Se recorrerán los fundamentos de la retórica clásica hasta la contemporánea, analizando y comprendiendo sus fundamentos y partes para el reconocimiento y producción de discursos de diverso tipo.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

CB1: 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.

CB2: 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.

CB3: Que los estudiantes tengan la 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.

CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

CT1: Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.

CT2: Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido

CT3: Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes

CT4: Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos

CT6: Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad

CT9: Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

CE04: Capacidad para desarrollar comunicaciones y actividades eficaces para el público de empresas e instituciones, combinando el conocimiento de los consumidores y análisis a gran escala que permita construir y mantener fuerte la reputación y el valor de las instituciones, empresas y organismos.

CE11: Capacidad para desarrollar las habilidades comunicativas necesarias para realizar las presentaciones de campañas publicitarias

CE19: Capacidad para desarrollar un espíritu crítico para analizar los desequilibrios en la sociedad global y la evolución de los nuevos entornos de activismo social, participación política y fortalecimiento de la democracia y el pensamiento libre

Resultados de aprendizaje:

RA1: Conocer y aplicar los fundamentos de la retórica clásica y comparada tanto en la producción como en la recepción de textos y discursos.

RA2: Usar oralmente y por escrito las diferentes herramientas para la comunicación aplicada.

RA3: Conocer las comunicaciones y actividades eficaces dirigidas a todos los públicos de una organización, empresas, instituciones y organismos nacionales e internacionales.

RA4: Utilizar información, recursos y tecnologías con autonomía para alcanzar sus objetivos de aprendizaje.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT4, CT6, CT9, CE04, CE11, CE19	RA1 - Conocer y aplicar los fundamentos de la retórica clásica y comparada tanto en la producción como en la recepción de textos y discursos.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT6, CT9, CE04, CE11, CE19	RA2 - Usar oralmente y por escrito las diferentes herramientas para la comunicación aplicada.
CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT6, CT9, CE04, CE19	RA3 - Conocer las comunicaciones y actividades eficaces dirigidas a todos los públicos de una organización, empresas, instituciones y organismos nacionales e internacionales.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT1, CT2, CT6, CT9, CE04, CE11, CE19	RA4 - Utilizar información, recursos y tecnologías con autonomía para alcanzar sus objetivos de aprendizaje.

4. CONTENIDOS

- Fundamentos de la retórica clásica. Retórica contemporánea.
- Oratoria persuasiva y eficiente en multipantallas. Retórica contrastiva.
- Oratoria eficiente a través de la creación de metáforas.
- Discurso y narración.
- Retórica y oratoria con técnicas de PNL.
- La retórica en el discurso coloquial cotidiano. La retórica en el discurso político.
- Neuro-oratoria a través de la voz, y la gestión eficiente de los silencios. La retórica en el discurso empresarial. Mindfulness y oratoria intra e inter personal.
- Análisis retórico.
- Oratoria y Elevator Pitch.
- Técnicas de concentración en la oratoria influyente one to one. Estrategias de atención plena y meditación ante la ansiedad del discurso.
- Oratoria consciente: Atención plena y retórica.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

MODALIDAD PRESENCIAL

- Clase magistral/ web conference
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	24
Lecciones magistrales asíncronas	6
Debates y coloquios	15
Análisis de casos	30
Exposiciones orales de trabajos	6
Elaboración de informes y escritos	14
Tutorías grupales	10
Trabajo autónomo	45
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	40.0
Exposiciones orales	20.0
Informes y escritos	20.0
Observación del desempeño	20.0

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Presentación en grupo sobre autores de la retórica clásica	Semana 2
Análisis de marcos, relatos y metáforas	Semana 4
Prueba 1	Semana 6
Análisis en grupo de discursos contemporáneos	Semana 8
Presentación individual del análisis de un discurso	Semana 8
Prueba 2	Semana 10
Preparación del discurso	Semana 12
Discurso	Semana 14

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Alcoba, Santiago (coord.) (2000), La expresión oral. Ariel Practicum, Barcelona.
- Albaladejo, Tomás (1993) Retórica. Madrid, Síntesis.
- Aristóteles (2018), Retórica. Madrid, Alianza Editorial.
- Ballenato, Guillermo (2006), Hablar en público. Arte y técnica de la oratoria. Pirámide, Barcelona.
- Bustos, Inés (coord.) (2003), La voz. La técnica y la expresión. Paidotribo, Barcelona.
- Cicerón (2018), El orador. Madrid, Alianza Editorial.

- Hernández Guerrero, José Antonio; García Tejera, María del Carmen (2008). El arte de hablar. Manual de Retórica práctica y Oratoria moderna. Barcelona, Ariel.
- Knapp, Mark L. (1982), La comunicación no verbal. Paidós, Barcelona.
- Leith, Sam (2016), ¿Me hablas a mí?. Madrid, Taurus.
- López Eire, Antonio (1998). Retórica en la publicidad. Madrid: Arco Libros S.L.
- Merayo Pérez, Arturo (1998), Curso Práctico de Técnicas de Comunicación Oral. Tecnos, Madrid.
- Pujante, David (2003), Manual de retórica. Madrid, Castalia.
- Weston, Anthony (2000 [2011]), Las claves de la argumentación. Ariel, Barcelona.
- Bibliografía complementaria:
 - Madrid Cánovas, Sonia (2005). Semiótica del discurso publicitario. Del signo a la imagen.
 - Murcia: Universidad de Murcia.
 - Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie (1989). Tratado de la argumentación. La nueva retórica. Madrid: Gredos.
 - Robes Ávila, Sara (2004). Realce y apelación en el lenguaje de la publicidad. Madrid: Arco libros.
 - Sánchez Corral, Luis (1991). Retórica y sintaxis de la publicidad. Itinerarios de la persuasión. Córdoba: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.