1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Habilidades de Comunicación Oral y Escrita
Titulación	Grado en Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	Segundo
ECTS	3 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial / Online
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2024/2025
Docente	Rosa María Sánchez del pulgar Legido

2. PRESENTACIÓN

Las habilidades de comunicación tanto oral como escrita, es una materia obligatoria dentro Grado en Marketing correspondiente al segundo semestre del segundo curso, con un valor de tres créditos ECTS, al igual que el resto de las materias obligatorias de la titulación.

Esta materia les permitirá a los estudiantes conocer los principios generales de la competencia comunicativa. Profundizar en las diversas técnicas de comunicación. Pondrán en práctica las destrezas comunicativas de forma oral y escrita.

El alumno realizara actividades de comprensión, expresión e interacción oral y escrita. Profundizara en aspectos socioculturales del uso de la lengua. Conocimiento de la lengua española en sus niveles fónicos, morfosintáctico y léxico-semántico. Tipos y formas de textos orales y escritos: análisis y producción.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

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

Competencias transversales:

- CT02: Autoconfianza: Capacidad para valorar nuestros propios resultados, rendimiento y capacidades con la convicción interna de que somos capaces de hacer las cosas y los retos que se nos plantean.
- CT03: Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones: ser capaz de valorar y entender posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera.

- CT06: Comunicación oral/ comunicación escrita: 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.
- CT09: Habilidades en las relaciones interpersonales: Capacidad de relacionarse positivamente con otras personas por medios verbales y no verbales, a través de la comunicación asertiva, entendiéndose por ésta, la capacidad para expresar o transmitir lo que se quiere, lo que se piensa o se siente sin incomodar, agredir o herir los sentimientos de la otra persona.
- CT17: Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.

Competencias específicas:

- CE06: Capacidad para generar mensajes efectivos, utilizando los canales adecuados y adaptándose al público objetivo.
- CE15: Capacidad para combinar el pensamiento creativo con el analítico en la elaboración de propuestas de marketing, especialmente en la creación de piezas publicitarias.
- CE20: Capacidad para adaptarse a funciones cambiantes, en un entorno digital, conectado y global.

Resultados de aprendizaje:

RA1: Hablar y escribir de manera correcta, y persuasiva. Desarrollar hábitos de lectura y potenciar la comunicación oral y escrita.

RA2: Desarrollar una óptima actividad de comprensión, expresión e interacción oral y escrita mediante la utilización de recursos y estrategias de la comunicación oral y escrita integral.

RA3: Interiorización y aprendizaje profundo de los principios esenciales de la comunicación oral.

RA4: Realizar una interiorización y aprendizaje profundo de los principios esenciales de la comunicación escrita.

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
CB4, CT03, CT06, CT17, CE06, CE20	RA1: Proporcionar un desarrollo del habla y escritura correcta, y persuasiva. Desarrollar hábitos de lectura y potenciar la comunicación oral y escrita.
•	
CB4, CT06, CT09, CT17, CE15	RA2: Desarrollar una óptima actividad de comprensión, expresión e interacción oral y escrita. Recursos y estrategias de la comunicación oral y escrita integral.
CB4, CT02, CT06, CT09, CE06	RA3: Interiorización y aprendizaje profundo de los principios esenciales de la comunicación oral.

4. CONTENIDOS

Principios generales de la competencia comunicativa. Destrezas de comunicación oral y escrita - Actividades de comprensión, expresión e interacción oral y escrita. Comunicación consciente oral-escrita y Mindfulness. Aspectos socioculturales del uso de la lengua. Conocimiento de la lengua española en sus niveles fónicos, morfosintáctico y léxico-semántico. Tipos y formas de textos orales y escritos: análisis y producción.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

MODALIDAD PRESENCIAL

- Método del Caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- Aprendizaje Basado en proyectos

MODALIDAD ONLINE

- Aprendizaje Basado en proyectos
- Clases magistrales mediante seminario virtual
- Experiencias de campo (por medio de la visualización de videos, accesos virtuales a registros).

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
Tutorías grupales	5 h
Lecciones magistrales	13 h
Lecciones magistrales asíncronas	7 h
Trabajo autónomo	20 h
Exposiciones orales	5 h
Análisis de casos y resolución de problemas	10 h
Elaboración de informes y escritos	10 h
Pruebas de conocimiento	5 h
TOTAL	**75 h**

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	5 h

Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	10 h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	15 h
Actividades de aplicación colaborativas…	10 h
Tutorías	10 h
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales	5 h
Trabajo autónomo	20 h
TOTAL	**75 h**

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
Prueba de conocimiento	40%
Análisis de casos y resolución de problemas	20%
Proyectos, informes y escritos	30%
Exposiciones orales	10%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba de conocimiento	40%
Análisis de casos y resolución de problemas	20%
Proyectos, informes y escritos	30%
Exposiciones orales	10%

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 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 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
Actividad 1	Análisis de comportamientos
Actividad 2	Campaña de Marketing
Actividad 3	Informe comparativo de marcas
Actividad 4	Prueba de Conocimientos

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. A. V. V. (2000). *Comunicación eficaz*. Barcelona: Blume.
- A.A.V.V. (2005). Fundamentos de comunicación humana. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Abanades Sánchez, M. (2014). La inteligencia emocional y la experiencia profesional: habilidades necesarias en el currículo de los alumnos.
- Alvar, M. (1998). *Manual de redacción y estilo*. Madrid: Istmo.
- Arrabal, E. M. (2018). *Persuasión.* Málaga: Editorial Elearning, S.L
- Ballester, R. y Gil, M. D. (2002). *Habilidades sociales*. Madrid: Editorial Síntesis, pág. 41.
- Bethami D., Y ROGER, C. (2007). Comunicación en un mundo cambiante. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Blanchard, K., & Patricia Zigarmi, D. (1986). *El líder ejecutivo al minuto* (No. 658.4092 B639-l). México, MX: Grijalbo, 1986.
- Bosqued, M. (2008). *Quemados. El síndrome del burnout. Qué es y cómo superarlo*. Barcelona: Paidós.

- BREGANTIN, B. (2008). Curso rápido para hablar en público. Barcelona: De Vecchi.
- Cano, I. S. (2019). *La comunicación escrita*. Madrid: Editex.
- Campo Vidal, M. (2011). ¿Por qué los profesionales no comunicamos mejor?
- Castanyer, O. (2009). *La asertividad expresión de una sana autoestima.* Bilbao: Desclée de Brouwer S. A.
- Castanyer, O. (2014). *Aplicaciones de la asertividad*. Bilbao: Desclée De Brouwer.
- Celaya, J. (2011). *La empresa en la web 2.0*. Barcelona: Planeta.
- *Citas bibliográficas.* Biblioteca Dulce Chacón de la Universidad Europea. Extraído de http://biblioteca.uem.es/es/aprendizaje-y-formacion/citas-bibliograficas-documentos
- Córcoles, A. (2008). *Ponte en su lugar. Empatía.* Madrid: Fundación Confemetal.
- Cordero, R. R. y Gómez F. (2009). *La gestión del Talento en la empresa*. Revista Gaudeamus. Costa Rica: Universidad Interamericana de Costa Rica.
- DAVIS, F. (1998). La comunicación no verbal. Madrid: Alianza.
- Dobkin, B y Pace. R. (2003*). Comunicación en un mundo cambiante.* México: McGraw-Hill Interamericana.
- Dyer, W. W. (2010). *Tus zonas erróneas: guía para combatir las causas de la infelicidad*. Vintage Espanol.
- Ekman, P. (2012) ¿Qué dice ese gesto? Barcelona: RBA.
- Espinosa, S. y Herrera, S. (2006). *Guía para la redacción y evaluación de un ensayo Lenguaje y Expresión*. México: Pearson Educación.
- Fernandez C., y Galguera L. (2008). La comunicación humana en el mundo contemporáneo. Méjico: McGraw-Hill Interamericana.
- Fritze, S. J. (1987). *La ventana de Johari.* Cantabria: Sal Terrae
- Gago, M. (2017). *Comunicación, asertividad y escucha activa en la empresa*. Madrid: CEP
- García, R. (1998). Nuevas técnicas de la comunicación escrita: interpersonales, profesionales y de negocios. Madrid: EDAF
- Goldstein (1980) en Peñafiel, C. (2010). Habilidades Sociales. Madrid: Editex. Pp.15.
- Goleman. D. (2005). *La inteligencia emocional.* Barcelona: Verdera.
- Goleman, D. (1999). *La práctica de la inteligencia emocional*. Editorial Kairós.
- Hare, B. (2003). Sea Asertivo. La habilidad directiva clave para comunicar efectivamente. Barcelona: Gestión 2000.
- Harvard Business. (2009). *Cómo dar feedback.* Santiago: Impact Media Comercial S. A.
- Harvard Business. (2018). Empatía. Serie Inteligencia Emocional de HBR. Cambridge: Harvard Business Review.
- LAKHANI, D. (2015). *Persuasión. El arte de influir y obtener lo que se desea.* Barcelona: Profit.
- LINARES, I. (2017). Cómo hablar en público. Sin miedo y de una forma atractiva. Montevideo: Planeta.
- López, J. (2007). *El camino de las hormigas*. Barcelona: Alba Editorial.
- Marín, A. (2007). Hablar en público y comunicarse correctamente. Alcobendas: Libsa.
- Martín, M. G. (2018). Escucha activa y empatía. Madrid: Editorial Elearning.
- Merodio, J. (2016). *Estrategia y táctica empresarial en redes sociales.* Bogotá: LID.
- Núñez, J.R. (1988). *Comunicación escrita*. En J. Garcia (ed.) Habilidades Comunicativas. Madrid: Akal S. L.
- Oliva, M. Á. A., Manterda, M. T. E., Vílchez, G. B. G., & Muñoz, N. H. (2013). *Yo eso no lo digo: actividades y reflexiones sobre el español correcto*. Editorial Club Universitario.
- Onieva, J. L. (2014). *Curso superior de redacción.* Madrid: Verbum.
- Quijada, V. C. (2014). *Comunicación oral y escrita*. México: Editorial digital UNID
- Ramón, F. (2008). La Isla de los 5 faros. Barcelona: RDA.
- Reyero, J. (2010). *Hablar para convencer. Comunicar más y mejor en entornos profesionales.* Madrid: FT. Prentice Hall.
- Roebuck, C. (2000). *Comunicación eficaz*. Barcelona: Blume Empresa.
- Roebuck, C. (2000). *Delegar eficazmente*. Barcelona: Blume Empresa.
- Santiago J. de. (2005). *Principios de comunicación persuasiva*. Madrid: Arco/Libros S. L
- Sebastián, J. (2009). *100 cartas administrativas*. Barcelona: Editorial De Vecchi.
- Sebastián, J. (2009). *100 cartas de empresa*. Barcelona: Editorial De Vecchi.

- Sebastián, J. (2009). *100 cartas personales*. Barcelona: Editorial De Vecchi.
- Shammy, L. (2002). Descifra el significado oculto del cuerpo. Móstoles: Ediciones Karma.
- Velarde, M. C. (1993). *Introducción a la gramática del texto del español* (Vol. 13). Arco libros.
- Viciana, A. (2011). *Técnicas de venta.* Málaga: ICEditorial.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

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.