

## MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES

### 1. ASIGNATURA

- **Nombre:** Comunicación oral y técnicas de presentación
- **Tipo de asignatura:** Optativa
- **Trimestre:** 1
- **Créditos:** 4 ECTS
- **Idioma de docencia:** Castellano
- **Profesor de la asignatura:** Olatz Larrea

### 2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA (objetivos)

#### Contenidos

Este curso proporciona al estudiantado técnicas avanzadas de oratoria y presentación en público a través de una combinación de teoría y práctica considerando la cuestión del discurso en público. Durante las sesiones del curso, el estudiantado aprenderá a estructurar el contenido de su presentación, organizar ideas para lograr el máximo impacto y controlar los aspectos básicos de la comunicación no verbal (gesto, voz, miedo y postura) para pronunciar con éxito un discurso oral. El curso se enfoca en desarrollar habilidades para proyectar una imagen segura de uno/a mismo/a, pensar en uno/a mismo/a como comunicador/a y trabajar de manera efectiva con apoyos visuales para crear una conexión más fuerte con la audiencia a través de un enfoque especial en la educación de la voz y el lenguaje corporal. Para promover la exploración del estudiantado de sí mismos/as como oradores/as públicos/as, los ejercicios se grabarán en video para su presentación, análisis y retroalimentación, brindándoles entrenamiento en tiempo real en las herramientas prácticas necesarias para crear presentaciones dinámicas y profesionales.

1. Retórica: el arte de usar el lenguaje de manera eficaz y persuasiva.
2. La preparación del discurso: objetivos y público
3. Estrategias retóricas para atraer y mantener la atención y el interés.
4. Técnicas de escritura: claridad, concisión, concreción y brevedad.
  
5. Aspectos básicos de la comunicación no verbal
6. El control del cuerpo: gestos, posturas y miedo escénico

7. El uso de la voz: cualidades vocales, prosodia y pronunciación.
8. Uso de elementos visuales y de apoyo en presentaciones
9. En el escenario: el diseño y la interacción.
10. Memorización y actuación.

### **Competencias a adquirir**

- ♣ Reconocer los fundamentos del lenguaje hablado y aplicarlos al diseño de un discurso.
- ♣ Utilizar diferentes recursos retóricos para atraer la atención del público.
- ♣ Identificar y controlar los aspectos básicos de la comunicación no verbal (gesto, voz, postura, miedo...) para pronunciar un discurso público exitoso.
- ♣ Desarrollar y estructurar discursos efectivos utilizando estrategias de comunicación oral.
- ♣ Ser capaz de manejar expresivamente la voz, los recursos prosódicos y gestuales del lenguaje en la presentación oral.
- ♣ Enfrentarse con confianza a un discurso público y adaptarlo a un público específico.
- ♣ Evaluar discursos desde una perspectiva crítica.
- ♣ Conocer los principios básicos para estructurar y organizar discursos efectivos.
- ♣ Cultivar su propio estilo de hablar mientras desarrolla fortalezas en la comunicación oral con diversas audiencias en una variedad de situaciones a través de múltiples medios.
- ♣ Adquirir la capacidad de representarse a sí mismos y sus perspectivas con éxito en una variedad de circunstancias sociales.
- ♣ Poder participar en presentaciones públicas en una variedad de contextos.

### **Resultados de aprendizaje**

- ♣ Planificar y preparar discursos que informen, persuadan o satisfagan las necesidades de una ocasión especial.
- ♣ Utilizar técnicas de presentación para mejorar los discursos.
- ♣ Resumir sus discursos de una manera lógica y completa.

- ♣ Llevar a cabo una investigación significativa sobre una variedad de temas.
- ♣ Analizar a su audiencia y diseñar discursos que reflejen su análisis.
- ♣ Evaluar discursos basados en una variedad de criterios verbales y no verbales.
- ♣ Comprender y explicar el proceso de comunicación pública.
- ♣ Hablar con confianza, claridad y fluidez
- ♣ Elaborar y enviar mensajes poderosos y memorables
- ♣ Utilizar comportamientos no verbales para modificar el significado y transmitir emociones.
- ♣ Movilizar a los miembros de la audiencia para que actúen
- ♣ Afrontar con confianza un discurso público y adaptarlo a una audiencia determinada.
- ♣ Ser capaz de realizar presentaciones públicas con confianza en uno mismo, presentar ideas y proyectos de manera más eficaz en un clima empresarial altamente competitivo.
- ♣ Adquirir habilidades en discursos escritos para discursos públicos, presentaciones visuales y de audio en línea y encuentros cara a cara con individuos y grupos.

### **Metodología docente**

El método de enseñanza es altamente práctico y participativo. Incluye la combinación de talleres y tutorías con análisis y retroalimentación. Su diseño parte de la teoría, que se aborda durante el curso, principalmente para desarrollar criterios para una perspectiva crítica.

### **Evaluación (sistema de evaluación, sistema de cualificación...)**

La evaluación de la asignatura incluye los siguientes elementos:

- ♣ Creación y presentación de un discurso individual (80% de la nota final)
- ♣ Participación en dinámicas de clase y perspectiva crítica para evaluar a otros (20% de la nota final)

### **Actividades formativas**

Actividades en clase:

- ♣ Conferencias (10 horas)

- ♣ Debates y discusión en clase (5 horas)
- ♣ Ejercicios y actividades prácticas (10 horas)
- ♣ Tutoriales (5 horas)

Actividades fuera de clase:

- ♣ Estudio y trabajo personal: (60 horas)

### 3. PROFESORADO

- **Currículo resumido del profesorado que imparte la asignatura (líneas de investigación y publicaciones recientes principales)**

Olatz Larrea es Doctora en Comunicación Social y profesora de la Facultad de Filología y Comunicación de la Universidad de Barcelona, donde imparte varios cursos de comunicación. Su ámbito de investigación es el análisis de los procesos de recepción de mensajes mediáticos, su investigación se centra en el impacto cognitivo de los mensajes en la audiencia, principalmente en el ámbito de la comunicación oral y del sonido en la radio y los medios digitales. Actualmente su interés investigador se enmarca en el campo de los estudios culturales, con especial interés en las diferencias de género en los procesos comunicativos.

- Rodero, E. & Larrea, O. (2021). Audio design in branding and advertising, in L. Mas (Ed.). *Innovation in Advertising and Branding Communication*. New York: Routledge Research in Communication Studies, pp. 69-85
- Larrea Estefanía, O. (2013). Guía práctica para el cuidado y la optimización de la voz del docente. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 19, 271-279. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.42034](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42034)

### 4. BIBLIOGRAFIA (obligatoria/ recomendada)

#### Obligatoria:

Argyl, Michael; Veronica Salter; Hilary Nicholson; Marylin Williams & Philip Burgess (1970). *The communication of inferior and superior attitudes by verbal and non-verbal signals*. *British Journal of Social & Clinical Psychology*. 9 (3): 222–231.

Burgoon, J. K.; J. P. Blair & R. E. Strom (2008). *Cognitive biases and nonverbal cue availability in detecting deception*. *Human communication research*. Human Communication Research.

Eckman, Paul (2003) *Emotions Revealed: Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life* Times Books, ed. ilustrada, revisada de Henry Holt & Co.

Eckman, Paul (2009) *Telling Lies: Clues to Deceit in the Marketplace, Politics, and Marriage* (Cómo detectar mentiras). Norton & Co. New York-London. 2009

Willis, J. & Todorov, A. (2006). *First impressions: Making up your mind after 100 ms exposure to a face*. *Psychological Science*. 17 (1): 592–598.

### **Recomendada**

WEINSCHENK, S. M. (2012) *Presentaciones inteligentes. 100 cosas sobre la audiencia que todo speaker debe saber*. Madrid: Anaya

HERNÁNDEZ, J. A.; GARCÍA, M. C. (2004). *El Arte de hablar. Manual de Retórica Práctica y de Oratoria Moderna*. Ariel: Barcelona.

BRIZ, A. (coord.) (2008). *Saber hablar*. Madrid. Instituto Cervantes-Aguilar

ZÚNIGA, H. (2012). *Hablar bien en público de una vez por todas*. Madrid. Temas de hoy

RAE (2012) *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa

CUDDY, AMY (2016) *El poder de la presencia*. Madrid: Urano.