Universidad Europea del Atlántico

GUÍA DOCENTE 2026-2027

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Técnicas de análisis del mensaje
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	6
CURSO:	Segundo
SEMESTRE:	Segundo
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano
PROFESORADO:	Ángela Ruiz Terán
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	angela.ruiz@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:

No aplica.

CONTENIDOS:

Tema 1. La comunicación.

1.1. ¿Qué es comunicación?

1.2. Componentes generales de la comunicación.

1.3. Axiomas de la comunicación humana.

1.4. Tipos de comunicación.

Tema 2. Comunicación verbal y no verbal.

2.1. Comunicación verbal: tipos, lenguaje verbal y funciones del lenguaje verbal.

2.2. Comunicación no verbal: lenguaje no verbal, tipos de lenguaje no verbal y lenguaje no verbal escrito.

2.3. La semiótica y la relación con la publicidad

Tema 3. Estudio de la construcción del mensaje entre emisor, receptor y decodificador.

3.1. Los elementos del proceso de comunicación.

3.2. Influencias del canal, del referente y del destinatario sobre la argumentación.

3.3. Problemas en la transmisión del mensaje y en la retroalimentación: el ruido y la redundancia como elemento facilitador /obstáculo.

Tema 4. Tratamiento del mensaje en los medios de comunicación.

4.1 Aplicación de técnicas y tratamiento del mensaje para los medios de comunicación

4.2 La persuasión: elementos y efectos del proceso persuasivo

4.3. Estudio del medio y el soporte en relación al contenido

4.4 La semiótica y la relación con la publicidad

4.5. Estudio de procesos psicológicos, cognitivos y emocionales en la comunicación y en el consumidor de mensajes publicitarios: las 6W del mensaje publicitario

Tema 5. El análisis de contenido para el análisis de la construcción del mensaje y la recepción del mismo por parte del público.

5.1. Evolución histórica del análisis de contenido.

5.2. Definición y características del análisis de contenido

5.3. Naturaleza y variedad de los documentos audio-visuales y textuales en la aplicación del análisis del contenido. Estudio del medio y el soporte

5.4. El análisis de contenido como investigación científica

5.5 Componentes y fases del análisis de contenido

5.6 Modelos, métodos y metodologías

Tema 6. La técnica de análisis del discurso.

6.1. ¿Qué es el análisis del discurso? Del análisis del texto al análisis del contexto.

6.2. El análisis del discurso como investigación científica

6.3. El análisis del discurso crítico: la importancia de la ideología.

6.4. Modelo de análisis del discurso crítico: componentes que rodean el discurso y componentes del contenido del discurso.

6.5. Análisis del discurso informativo en televisión

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes tengan:

- CG1. Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.
- CG2. Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.
- CG3. Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE6. Desarrollar habilidades para el análisis y tratamiento de mensajes a través de los medios de comunicación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Identificar los elementos estructurales de los mensajes en los diversos medios de comunicación.
- Conocer métodos de análisis cualitativo de mensajes visuales y textuales.
- Analizar el mensaje a través del proceso de comunicación en diferentes medios.
- Desarrollar habilidades para el tratamiento de mensajes.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo.

- Estudio y análisis de casos.
- Resolución de ejercicios.
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos.
- Trabajo autónomo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades dirigidas	Clases expositivas	15
	Clases prácticas	15
	Seminarios y talleres	15
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades	7,5
Actividades autónomas	Preparación de clases	22,5
	Estudio personal y lecturas	45
	Elaboración de trabajos	18
	Trabajo en campus virtual	4,5
Actividades evaluativas	Actividades evaluativas	7,5

El primer día de clase, el profesor proporcionará información más detallada al respecto.

En cumplimiento con las medidas institucionales de garantía de la calidad académica y trazabilidad de la autoría, se destinará un mínimo del 10 % de las horas lectivas de la asignatura a la realización, supervisión y seguimiento de trabajos, actividades prácticas u otras actividades evaluables que requieran evidencias del proceso de aprendizaje del estudiantado.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	Trabajos	40 %
	Examen Parcial	20 %
Evaluación final	Examen teórico-práctico	40 %

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos** (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen teórico-práctico con un valor del 40 % de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

RÉGIMEN DE USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Esta asignatura se rige por el Protocolo de Medidas para Garantizar la Calidad y la Integridad Académicas de UNEATLANTICO, en lo relativo al uso de herramientas de inteligencia artificial en actividades académicas y evaluativas.

Para cada actividad de evaluación, el régimen de uso de IA aplicable y el sistema de trazabilidad de autoría requerido se especificarán expresamente en el enunciado correspondiente a dicha actividad.

El incumplimiento de las condiciones establecidas en el enunciado de la actividad de evaluación dará lugar a la aplicación del régimen de sanciones previsto en el Reglamento Académico del Alumno.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Alcivar-Cuello, M. (2015). Propuesta pragmático discursiva para analizar artículos editoriales: modelo y estrategias. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 21*(1), 225-241. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n1.49091

- Riffe, D.; Lavy, S.; Watson, B.R.; & Fico, F. (2019). *Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research*. Routledge.

- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis del discurso. *Cinta moebio,* (41), 207-224. http://www.moebio.uchile.cl/41/santander.html

- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Antrophos, 0*(186), 23-26. http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%E1lisis%20cr%EDtico%20del%20discurso.pdf

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Bermúdez, M. (2018). *Análisis del discurso y pensamiento crítico.* Egregius Ediciones

- Fernández García, F. (2003). *Así son las cosas. Análisis del discurso informativo en televisión*. Universidad de Jaén.

- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós

- Kristeva, J. (1999). *El lenguaje, ese desconocido: introducción a la lingüística*. Fundamentos.

- Mariño, V. (2009). *Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica* (Ponencia). IX Congreso Iberoamericano de Comunicación: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital, Sevilla, España.

- Pineda, A. (2018). *Análisis del mensaje publicitario*. Advook

- Saussure, F. (2009). *Curso de lingüística general*. Losada.

WEBS DE REFERENCIA:

No aplica

OTRAS FUENTES DE CONSULTA

Se consultan diversos artículos científicos según las necesidades que vayan surgiendo.