

MEMORIA ACADÉMICA- TÍTULOS PROPIOS



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

## **Experto en Comunicación social**

Curso: 2019-2020

## Sumario

<b>Sumario</b>	<b>2</b>
<b>Datos básicos</b>	<b>3</b>
<b>Breve descripción de la titulación</b>	<b>4</b>
<b>Módulos y créditos</b>	<b>5</b>
<b>Materias por módulos</b>	<b>6</b>
<b>Profesorado</b>	<b>18</b>
<b>Breve CV de la Directora y la coordinadora</b>	<b>22</b>

# Experto en Comunicación social

## Datos básicos

**Créditos ECTS:** 25

**Modalidad:** Semi-presencial

**Tipo de posgrado:** Experto en Comunicación social.

**Idioma en el que se imparte:** Español

**Dirigido a:** sacerdotes, seminaristas, religiosos y religiosas y cualquier otra persona interesada en la comunicación religiosa.

**Calendario:** Presencial, del 1 al 12 de julio de 2019. No presencial, de septiembre a diciembre de 2019.

**Centro en el que se imparte:** Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca

**Horarios:** De lunes a viernes, de 9 a 13:15 y de 16:00 a 20:15.

**Email:** [expertocsocial@upsa.es](mailto:expertocsocial@upsa.es)

**Secretaria:** Liliana Armenta Lobato

**Directora:** Dra. Gloria García González

## Breve descripción de la titulación

En un mundo en el que la comunicación se ha hecho especialmente relevante, se hace necesario un conocimiento exhaustivo y cada vez más cualificado de los procesos, herramientas, posibilidades y desafíos que presenta la comunicación en nuestros días. Por ello, la vocación del Experto en Comunicación Social es optimizar la comunicación religiosa en todas las vertientes posibles: tanto la evangelización entendida tradicionalmente como la ‘ciberevangelización’ que demandan los nuevos tiempos. Se hace necesario profesionalizar los actos comunicativos para llegar a todos los rincones. Lo que se traduce en mayor eficacia en homilías, clases de Religión, catequesis, gabinetes de comunicación, diseño de carteles, edición de folletos, revistas, libros, audios...

Este Curso de Experto en Comunicación Social está destinado a sacerdotes, seminaristas, religiosos-as, responsables de comunicación de entidades religiosas y obispados, ONG’s, catequistas y profesores que tengan como interés profesional complementar, actualizar o ampliar su formación en temas de comunicación, con especial incidencia en la comunicación de carácter religioso.

Y tiene como objetivos prioritarios capacitar a personas que trabajan en la Iglesia en el campo de la comunicación pastoral, ayudar a las diócesis y congregaciones religiosas a la formación de responsables y colaboradores de sus oficinas de comunicación e impartir formación relevante y suficiente de carácter teórico y práctico para alcanzar el título propio de la Universidad Pontificia de Salamanca de Experto en Comunicación Social.

El curso se desarrolla en 25 créditos ECTS, distribuidos en dos módulos: el primero, presencial, durante la primera quincena de julio de 2019 (80 horas) y el segundo, no presencial, entre el mes de septiembre y diciembre de 2019 (120 horas). El curso se completa con la realización por parte del alumno de un Trabajo de Fin de Experto (50 horas) dirigido por un profesor de su elección, de entre los que componen la plantilla del profesorado del Curso de Experto, entre septiembre y diciembre de 2019.

## Módulos y créditos

<b>Experto en Comunicación Social</b>	<b>ECTS 25</b>
---------------------------------------	----------------

<b>Módulo 1. Teórico-No Presencial</b>	<b>ECTS 12</b>
Doctrina social de la Iglesia sobre medios de comunicación	2
Diseño y comunicación de eventos de la Iglesia	2
Estrategias de liderazgo comunitario y de servicio para la Iglesia	2
La comunicación social en tiempos de la posverdad	2
Comunicación de crisis	2
Géneros periodísticos	2

<b>Módulo 2. Práctico-Presencial</b>	<b>ECTS 8</b>
Comunicación institucional en la Iglesia	0,8
Expresión oral y construcción del discurso	1,6
Comunicación radiofónica y sonora	1,6
Comunicación en televisión	1,6
Márketing on line	0,8
Diseño digital	0,8
Fotografía religiosa. Producción y postproducción de fotografía	0,8

<b>Módulo 3</b>	<b>ECTS 5</b>
Trabajo de Fin de Experto	5

## Materias por módulos

<b>Módulo 1. Teórico-No Presencial</b>	
Doctrina social de la Iglesia sobre medios de comunicación	<b>ECTS 2</b>

Horas presenciales	0
Horas tutorización	20
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>20</b>

<b>Descriptor</b>
Esta asignatura tiene como principales objetivos dar a conocer la doctrina de la Iglesia sobre la comunicación social, poner en valor los principios de la Iglesia que son necesarios para una comunicación al servicio de la dignidad del hombre e iluminar el contexto actual de la comunicación, con un ambiente digital, desde la enseñanza de la Iglesia.
<b>Contenidos</b>
Desde el momento en que la comunicación se hizo masiva, con la aparición de medios como el cine, la radio y la televisión, la Iglesia comenzó a realizar una reflexión pastoral sobre el papel que la comunicación tenía en la misión de la Iglesia. Conocer esa reflexión sigue aportando valor al mundo de la comunicación y le dota de principios valiosos que la sitúan en su dimensión más humana. La enseñanza de la Iglesia ha tenido también un fuerte impulso con la aparición de los medios digitales y sus aportaciones deben ser conocidas por quienes desean utilizar los medios de comunicación en su actividad pastoral. Documentos básicos:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La cenicienta del Concilio Vaticano II: Inter Mirifica.</li> <li>- La carta magna de la comunicación: Communio et Progressio</li> <li>- El comienzo de la comunicación digital: La Iglesia e Internet, Ética en Internet</li> <li>- La perspectiva de las redes sociales: Cartas con motivo de las Jornadas Mundiales de la Comunicación.</li> </ul>
<b>Metodología</b>
Además de la participación de los alumnos en clase, se valorará para la evaluación la realización de un trabajo sobre alguno de los documentos presentados. Se tratará de describir las ideas que ese documento aporta a la comunicación de la sociedad y qué camino marca para la comunicación de la Iglesia en la actualidad.
<b>Profesores</b>
José Gabriel Vera Beorlegui

Diseño y comunicación de eventos de la Iglesia	<b>ECTS 2</b>
--	---------------

Horas presenciales	0
Horas tutorización	20
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>20</b>

<b>Descriptor</b>
Su contenido se centra en definir la naturaleza de los “eventos” así como el sentido de su celebración en la Iglesia con el principal objetivo de que el alumno adquiera los conocimientos básicos para diseñarlos y comunicarlos eficazmente.
<b>Contenidos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Qué es un “evento”. Tipología y claves generales para organizarlos con éxito.</li> <li>2. Buscando el “éxito pastoral”. Las peculiaridades del “evento eclesial”.</li> <li>3. Primeros pasos: de la idea al equipo organizador. La importancia de una buena planificación.</li> <li>4. El evento como pieza clave en la Comunicación Estratégica de la institución.</li> <li>5. El Plan de Comunicación. Estudio de casos: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Los viajes del Papa</li> <li>b. La Jornada Mundial de la Juventud</li> <li>c. La celebración de un Año Jubilar</li> <li>d. La presentación anual de la Memoria de la Iglesia</li> <li>e. Iniciativas diocesanas: Madrimaná, Javierada, Noches Claras</li> </ol> </li> </ol>
<b>Metodología</b>
Los alumnos deberán elaborar un Plan de Comunicación para un evento eclesial. El Plan ha de ser original, aunque podrá basarse en los modelos vistos en la asignatura. La elección del alumno debe contar con el visto bueno del profesor. Se valorará la aplicación de los conceptos vistos en la asignatura, la originalidad y viabilidad del Plan, así como su presentación formal.
<b>Profesores</b>
Dr. Isidro Catela Marcos

Estrategias de liderazgo comunitario y de servicio para la Iglesia	<b>ECTS 2</b>
--	---------------

Horas presenciales	0
Horas tutorización	20
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>20</b>

<b>Descriptor</b>
-Esta asignatura pretende que los participantes comprendan la función de los líderes dentro del ámbito de la Iglesia, identifiquen los diferentes estilos de liderazgo y su concepto, mejoren las habilidades específicas de liderazgo, aprendan a desarrollar equipos de líderes y ayuden a fomentar el desarrollo del liderazgo para el servicio.
<b>Contenidos</b>

1.Liderazgo para el servicio (conceptos clave) 2.Estilos de liderazgo 3.Liderazgo y equipos de trabajo 4.Plan para la acción 5.Habilidades específicas de liderazgo (dirigir una reunión, tomar decisiones, construir relaciones, identificar necesidades y otros temas) 6.Trabajo personal del líder (utilizando el modelo de coaching centrado en las soluciones) 7. Los retos del liderazgo 8. Claves para ayudar a crear una cultura de liderazgo para el servicio
<b>Metodología</b>
-Basada en reportes de lectura de cada tema, la participación activa en foros de discusión, elaboración de un plan personal para la mejora de las habilidades y otras tareas que implicarán observación del desempeño de líderes reales, análisis y reflexión sobre casos concretos.
<b>Profesores</b>
Liliana Armenta Lobato

La comunicación social en tiempos de la posverdad	<b>ECTS 2</b>
---	---------------

Horas presenciales	0
Horas tutorización	20
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>20</b>

<b>Descriptor</b>
A través de esta asignatura se trata de llegar a comprender un fenómeno contemporáneo que, desde la comunicación, incide de manera decisiva en otras facetas como la ética y la político-social a fin de solventar equívocos entre la posverdad y otro tipo de derivas y, finalmente, advertir la presencia de la posverdad en nuestro habitual consumo mediático.
<b>Contenidos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Debería estar <i>prohibida</i> la realidad? ¿O será que es imposible dar cuenta de ella? Una primera aproximación al fenómeno que nos ocupa.</li> <li>¿Es la posverdad un simple eufemismo de la mentira? Acercamiento al concepto.</li> <li>El auge de la posverdad: ¿clima propicio para el despliegue de las mal denominadas <i>fake news</i>?</li> <li>¿Qué otras derivas retroalimentan la posverdad? La confusión entre hechos y opiniones, y el curioso desprestigio de la objetividad.</li> <li>¿Es inocua la posverdad? Problemas éticos y democráticos ante su desarrollo.</li> <li>¿Existe la posibilidad de combatir la posverdad? La necesidad de la verificación y los contrapesos: de los <i>checks and balances</i> al <i>fact checking</i>.</li> </ol>
<b>Metodología</b>
La asimilación de conocimientos y adquisición de competencias se evaluará de manera continua mediante el seguimiento y las pruebas parciales sobre: <ol style="list-style-type: none"> <li>lecturas que hayan sido planteadas para enriquecer el marco teórico de la materia;</li> </ol>



b) materiales gráficos y audiovisuales (de naturaleza periodística, publicitaria, cinematográfica...) que puedan ilustrar vertientes del fenómeno abordado;
c) estudios de caso que sirvan para desenvolvemos en la temática que nos ocupa.
<b>Profesores</b>
Óscar Sánchez Alonso

Comunicación de crisis	<b>ECTS 2</b>
------------------------	---------------

Horas presenciales	0
Horas tutorización	20
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>20</b>

<b>Descriptor</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Esta asignatura plantea como principales objetivos dotar al alumno de las herramientas necesarias para la identificación de una crisis de comunicación y su diferencia frente a los <i>issues</i> o situaciones complicadas del día a día de una institución o empresa, conocer los elementos a considerar en la definición de una estrategia de comunicación ante una situación de crisis, ejercitar la identificación y análisis de las audiencias implicadas en una crisis – interiorizar la importancia de las opiniones y percepciones en la definición de estrategia, mensajes y plan de acción y, finalmente, favorecer el aprendizaje del desarrollo de un plan/manual de comunicación de crisis y practicar la gestión de una crisis.</li> </ul>
<b>Contenidos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Qué es una crisis y cómo identificarla</li> <li>2. Qué debemos saber sobre una crisis</li> <li>3. Por qué es importante gestionar una crisis</li> <li>4. Cómo actuar ante una crisis</li> <li>5. Un cambio de paradigma: crisis nativas digitales</li> <li>6. Los principios básicos en la gestión de crisis</li> <li>7. Cómo se diseña un plan de comunicación de crisis</li> <li>8. Análisis de casos de situaciones de crisis y su gestión</li> </ol>
<b>Metodología</b>
Los alumnos deberán gestionar una situación de crisis desde el punto de vista de la comunicación definiendo estrategia, mecanismos de respuesta, mensajes y canales, en función de sus diferentes audiencias. El caso será asignado por el profesor y análisis deberá basarse en los conceptos revisados en la asignatura.
<b>Profesores</b>
Nieves Barousse

Géneros periodísticos	<b>ECTS 2</b>
-----------------------	---------------

Horas presenciales	0
Horas tutorización	20

HORAS TOTALES	20
---------------	----

<b>Descriptor</b>	
<p>Esta materia explica los principios generales del periodismo –géneros periodísticos, selección de noticias y fuentes- para cualquier medio de comunicación. También se abordará cómo elaborar una nota de prensa. Se centra en las noticias, las entrevistas y los reportajes como contenidos informativos; y en los editoriales, críticas y columnas como géneros de opinión.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivo 1: Conocer, identificar y aplicar a casos particulares las normas de los géneros periodísticos.</li> <li>• Objetivo 2: Saber redactar una nota de prensa.</li> <li>• Objetivo 3: Conocer y aplicar los criterios de selección de noticias y el uso de las fuentes periodísticas.</li> </ul>	
<b>Contenidos</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teorías de los géneros.</li> <li>2. Criterios de selección de contenidos periodísticos.</li> <li>3. Utilización de fuentes periodísticas</li> <li>4. La noticia.</li> <li>5. La entrevista.</li> <li>6. El reportaje.</li> <li>7. El editorial.</li> <li>8. La columna.</li> <li>9. La crítica.</li> </ol>	
<b>Metodología</b>	
<p>Los alumnos realizarán un control tipo test sobre los contenidos y seis textos, uno por género, que serán corregidos y evaluados. La nota se obtendrá de la media de ambas partes.</p>	
<b>Profesores</b>	
Fernando Martínez Vallvey	

<b>Módulo 2. Práctico-Presencial</b>	
Comunicación institucional en la Iglesia	<b>ECTS 0,8</b>

Horas presenciales	8
Horas tutorización	0
HORAS TOTALES	8

<b>Descriptor</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta asignatura tiene como objetivos omprender la importancia de la Comunicación Institucional de la Iglesia como ejercicio fundamental en el cumplimiento de su Misión, comprender el rol de la Comunicación Institucional de la Iglesia como fuente de relaciones de calidad con personas y organizaciones, así como las características que afloran en una situación de crisis de comunicación y establecer algunos principios para su control y reconocer los factores de riesgo comunes que afectan a la Comunicación Institucional de las organizaciones.</li> </ul>	
<b>Contenidos</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción a la Comunicación Institucional de la Iglesia</li> <li>• La protección de la reputación</li> <li>• La interpretación de la audiencia de la comunicación de la institución</li> </ul>
<b>Metodología</b>
La metodología, esencialmente teórica, contemplará la evaluación de los alumnos con base en la frecuencia y calidad de sus participaciones durante las sesiones
<b>Profesores</b>
Pablo Zubieta Peniche

Expresión oral y construcción del discurso	<b>ECTS 1,6</b>
--	-----------------

Horas presenciales	16
Horas tutorización	0
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>16</b>

<b>Descriptor</b>
<p>Esta asignatura parte de la premisa de que la Palabra, para llegar al corazón del que escucha, debe realizar un largo viaje que comienza en el corazón de quien la pronuncia.</p> <p>Por ello, subraya la necesidad de preparación del que habla, escuchando las palabras y los silencios, los problemas y las esperanzas de la asamblea a la que se va a dirigir; asimismo, se hará tomar conciencia “de que aquel que habla” quedará más acreditado por su santidad de vida que por la elocuencia que despliega en su discurso. Finalmente, como objetivos prácticos de comunicación se resaltarán el lenguaje visual, la voz y el tono, el lenguaje del cuerpo, los silencios y el gesto, la claridad de la palabra, la sencillez y la oportuna conclusión homilética.</p>
<b>Contenidos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Protocolos</li> <li>2) El lector</li> <li>3) El predicador:       <ul style="list-style-type: none"> <li>-Virtud</li> <li>-Preparación</li> <li>-Pedagogía</li> </ul> </li> <li>4) En el “<i>quehacer</i>” de la homilía:       <ul style="list-style-type: none"> <li>- avisos previos</li> <li>- Biblicidad</li> <li>- Hermeneútica</li> <li>-El Tono homilético</li> </ul> </li> <li>5) Fases de preparación de la homilía       <ul style="list-style-type: none"> <li>- meditación</li> <li>- invención,</li> <li>- disposición (Principio-Medio-Fin)</li> <li>- redacción</li> </ul> </li> </ol>

<p>6) El lenguaje de la homilía</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sencillez</li> <li>- claridad</li> <li>- hablar con imágenes</li> <li>- hablar con sentimiento</li> </ul> <p>7) Ejecución de la homilía</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de la voz</li> <li>- del gesto</li> </ul> <p>8) Conclusión y brevedad</p>
<b>Metodología</b>
<p>Lectura de un texto bíblico, ateniéndose a su entonación, mirada y gesto.</p> <p>Escuchado el texto, y teniendo en cuenta la asamblea o auditorio a quien va dirigido, con sus circunstancias histórico-sociales, redactarlo en una cara de un folio y, posteriormente, ejecutarlo delante del profesor y los alumnos</p>
<b>Profesores</b>
José Ramos Domingo

Comunicación radiofónica y sonora	<b>ECTS 1,6</b>
-----------------------------------	-----------------

Horas presenciales	16
Horas tutorización	0
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>16</b>

<b>Descriptor</b>
<p>Esta asignatura permite un acercamiento a las características y posibilidades del audio en el entorno digital mediante el desarrollo de contenidos radiofónicos empleando los recursos del lenguaje y la locución radiofónicas. Promueve la adquisición de destrezas técnicas, escritura, locución y guión, así como la producción y realización de podcasts especializados y alienta la exploración de las nuevas tecnologías aplicadas a la radio y el podcast.</p>
<b>Contenidos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidades de la radio y del podcast como recursos para la evangelización.</li> <li>• Narrativa radiofónica: claves para escribir con palabras y sonidos. Formato y escritura.</li> <li>• Locución: Cómo manejar la voz en distintos textos radiofónicos y en el podcasting.</li> <li>• De la radio al podcast. Contexto y evolución.</li> <li>• Realización y edición de audio: De la idea a la antena.</li> <li>• Ideación, producción y grabación de géneros y programas.</li> </ul>
<b>Metodología</b>

<b>Profesores</b>	
Aurora Pérez Maíllo. Consuelo Sánchez Serrano	

Comunicación en televisión	<b>ECTS 1,6</b>
----------------------------	-----------------

Horas presenciales	16
Horas tutorización	0
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>16</b>

<b>Descriptor</b>	
Esta asignatura tiene como objetivos reforzar las habilidades y destrezas de comunicación oral del alumno, intentando dominar los componentes expresivos ante las cámaras, adquirir las destrezas necesarias para una comunicación efectiva ante los micrófonos y las cámaras, desarrollar la capacidad de improvisación ante un discurso público y capacitar al alumno para que resuelva la puesta en escena de programas informativos	
<b>Contenidos</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ejercicios de comunicación no verbal: prácticas de kinésica y paralinguaje.</li> <li>2. Autocue. Expresión en televisión.</li> <li>3. Resolución de presenciales.</li> <li>4. Improvisación ante las cámaras.</li> <li>5. Conexiones en directo.</li> <li>6. Puesta en escena de programas: entrevistas, debates y tertulias.</li> </ol>	
<b>Metodología</b>	
A través de una metodología eminentemente práctica, se planteará la realización de ejercicios individuales e individualizados. En la evaluación de resultados se tendrá en cuenta el interés, la implicación, la capacidad de improvisación y la calidad de los casos presentados de cada alumno.	
<b>Profesores</b>	
Ana Zulima Iglesias Cruz Nuria Quintana Paz	

<b>Módulo 2</b>	
Marketing on line	<b>ECTS 0,8</b>

Horas presenciales	8
Horas tutorización	0
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>8</b>

<b>Descriptor</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta asignatura se centra en el conocimiento de las principales características de la comunicación y el marketing digital introduciendo las estrategias más comunes y analizándolas desde el punto de vista de la comunicación social. Todo ello con el objetivo de dotar de conocimientos al alumno para poder trazar una estrategia de marketing online en su ámbito de influencia.</li> </ul>	

<b>Contenidos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación digital y marketing online.</li> <li>2. Contenidos digitales: tendencias y estrategias.</li> <li>3. Buscadores, posicionamiento y visibilidad SEO.</li> <li>4. Publicidad digital: Google Ads, publicidad en redes sociales.</li> <li>5. Redes sociales y comunidades virtuales Rol del CM.</li> <li>6. Email marketing.</li> <li>7. Medición de la comunicación digital y marketing.</li> <li>8. Retos éticos de la comunicación digital.</li> </ol>
<b>Metodología</b>
El alumno realizará el análisis de la estrategia de marketing y comunicación digital de su elección (idealmente un proyecto propio o el que tenga relación) para establecer líneas de mejora según lo aprendido.
<b>Profesores</b>
Elena Rodríguez Benito

Diseño digital	<b>ECTS 0,8</b>
----------------	-----------------

Horas presenciales	8
Horas tutorización	0
HORAS TOTALES	8

<b>Descriptor</b>
A partir de las necesidades e intereses de los usuarios de los soportes interactivos, esta asignatura se centra en el conocimiento de las principales herramientas de construcción e integración multimedia ofreciendo soluciones estéticas y funcionales coherentes para un proyecto web determinado. Asimismo, desarrolla la aplicación de los principios básicos de la comunicación visual y el diseño gráfico a proyectos digitales y el manejo de la terminología específica del ámbito de la interactividad y el diseño digital.
<b>Contenidos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción al diseño digital.</li> <li>2. Fases en el desarrollo de un proyecto interactivo.</li> <li>3. Diseño gráfico en soportes interactivos y digitales.</li> <li>4. Introducción a la usabilidad y la experiencia de usuario.</li> <li>5. Fundamentos básicos de SEO.</li> <li>6. Herramientas y soluciones digitales.</li> </ol>
<b>Metodología</b>
El alumno deberá recoger en una memoria (con una extensión máxima de 10 páginas) un plan de comunicación digital, basado en un caso real (preferiblemente vinculado a su labor cotidiana) y que, a partir de los contenidos de la asignatura, recoja dos aspectos fundamentales:

- Un análisis del proyecto actual (herramientas, diseño, usabilidad, medios, etc.).
- Una propuesta realista de mejora.

Se valorará la capacidad del alumno para evaluar la situación actual y estudiar alternativas para perfeccionarla, siguiendo las claves tratadas en clase. Si no fuera posible rescatar un ejemplo vigente, deberá realizar una propuesta de comunicación real.

#### Profesores

Fernando Suárez Carballo

Fotografía religiosa. Producción y postproducción de fotografía	<b>ECTS 0,8</b>
---	-----------------

Horas presenciales	8
Horas tutorización	0
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>8</b>

#### Descriptor

Esta asignatura acerca el conocimiento de autores relevantes en el campo de la fotografía religiosa al tiempo que el dominio de la cámara fotográfica (velocidad, apertura, iso, balance de blancos), el conocimiento de las reglas básicas de fotografía (momento, luz, composición), el dominio del revelado y postprocesado digital (curvas, niveles, zonas, B/N) y una introducción a la iluminación controlada

#### Contenidos

1. Bloque teórico (2h.) Historia y evolución de la fotografía: la fotografía religiosa
2. Bloque teórico práctico (2h.) Cámara y objetivos, parámetros técnicos.
3. Bloque práctico (1h) Esquemas de iluminación controlada
4. Bloque práctico (3h.) Edición y procesado digital

#### Metodología

Tras una introducción de carácter teórico, la elaboración de una muestra de fotografías cuidadas, bien compuestas, bien expuestas y bien procesadas (según los parámetros explicados en las diferentes sesiones) que serán elaboradas durante el propio curso se completará con la entrega final podrá ser fijada posteriormente, en función de la dificultad del tipo de trabajo propuesto por el alumno.

#### Profesores

Pablo Rey García

<b>Módulo 3: Trabajo de Fin de Experto</b>	
<b>Trabajo de Fin de Experto</b>	<b>ECTS 5</b>

Horas presenciales	0h.
Horas tutorización	
Aprendizaje autónomo del alumno	50h.
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>50h.</b>

<b>Descriptor</b>
El Trabajo de Fin de Experto supone la culminación de los estudios y aprendizaje de los contenidos, competencias y habilidades adquiridas por los alumnos del Curso de Experto en Comunicación Social. Su elaboración se efectuará bajo la orientación, supervisión y dirección de alguno de los profesores del Curso de Experto en Comunicación Social.
<b>Contenidos</b>
Su contenido versará sobre el desarrollado e impartido en alguna de las asignaturas del Curso de Experto en Comunicación Social o, de manera transversal, sobre algunas de ellas.
<b>Metodología</b>
Teórico-Práctica
<b>Profesores</b>
Podrán ser profesores-tutores del Trabajo de Fin de Experto cualquiera de los que componen la plantilla de profesorado del Curso de Experto en Comunicación Social a elección de cada alumno.





## Profesorado

**LILIANA ARMENTA LOBATO.** Terapeuta Sistémica por la UPSA y Licenciada en Psicología Organizacional por el ITESM (México). Ha trabajado en Recursos Humanos en empresas transnacionales como Ford Motor Company, Volvo Camiones, en Organizaciones no Gubernamentales en EEUU y México. Actualmente es profesora del Máster de Orientación y Medicación Familiar de la UPSA, e imparte la asignatura Solution Focused Brief Coaching a los alumnos del IES Abroad-UPSA.

**NIEVES BAROUSSE.** Directora de la Oficina de Madrid de la consultora Torres y Carrera. Cuenta con más de 20 años de experiencia en el desarrollo y coordinación de programas de comunicación para compañías nacionales e internacionales de diferentes sectores: energía, farmacéutico, distribución, transporte y construcción, entre otros.

Destaca su experiencia en formación y comunicación de crisis, comunicación corporativa, formación de portavoces, relaciones institucionales y la coordinación de programas transmedia. Antes de incorporarse a Torres y Carrera, trabajó en Japan Tobacco International, y las consultoras Burson-Marsteller y Edelman PR España.

Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Tecnológico de Monterrey (ITESM), Especialista en Marketing por la Universidad Anáhuac y Máster en Comunicación Corporativa y Publicitaria por la Universidad Complutense de Madrid.

**ISIDRO CATELA MARCOS.** Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca con una tesis sobre ética de la comunicación. Impartió clases en la misma universidad entre 1996 y 2005, donde fue también Director del Máster de Comunicación Cristiana. Fue durante diez años (2004-2014) Director de la Oficina de Información de la Conferencia Episcopal Española, cargo que le permitió, entre otras tareas, ser portavoz adjunto para lengua hispana en El Vaticano (Sínodo de 2005) o dirigir la estructura informativa del viaje del Papa Benedicto XVI a España (2010). Fue también Director-Gerente de la Fundación para el V Centenario del Nacimiento de Santa Teresa de Jesús (2015). En la actualidad es profesor de Comunicación y Humanidades en la Universidad Francisco de Vitoria (Madrid). Imparte conferencias sobre ética, nuevas tecnologías y comunicación en la Iglesia en universidades e instituciones de todo el mundo. Colabora habitualmente con diversos medios de comunicación, en especial TVE (Director del programa "Testimonio"), Cadena COPE, Alfa y Omega y El Debate de Hoy. Ha publicado numerosos artículos en revistas especializadas y libros en solitario. Su última obra es "Me desconecto, luego existo. Propuestas para sobrevivir a la adicción digital" (Ediciones Encuentro, 2018). Ha ganado una treintena de premios literarios.

Profesor en la Universidad Francisco de Vitoria. Ha sido Director de la Oficina de Información de la Conferencia Episcopal Española, Director del programa 'Testimonio', de TVE y colaborador en la cadena COPE. Consejero y director de la Comisión de seguimiento de contenidos de 13 Televisión.

**ANA ZULIMA IGLESIAS CRUZ.** Profesora Encargada de Cátedra en la UPSA donde imparte diversas materias vinculadas al ámbito audiovisual. Posee la acreditación como Contratada

Doctora y Profesora de Universidad Privada por la ACSUCYL desde el 4 de febrero de 2010. Desde abril de 2018 es Coordinadora en esta Universidad del Grado de Periodismo y Presidenta del Comité de Garantía de Calidad de este. Desde 2008, miembro del Comité editorial de la Revista científica Signo y Pensamiento y componente del grupo de revisores de artículos en la Revista Latina de la Comunicación Social desde 2010. Anteriormente, vinculada profesionalmente a empresas del ámbito audiovisual como RTVE (Torrespaña, Madrid). Autora del libro La información en la televisión local. Las emisoras de Castilla y León.

**FERNANDO MARTÍNEZ VALLVEY.** Catedrático de redacción periodística por la Universidad Pontificia de Salamanca desde 2001. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra y Bachelor en Lengua y Literatura Española por la Universidad de Navarra. Redactor de “Ribera Navarra”, subdirector de “Ribera Navarra Mensual”, fundador y primer director de “Tribunal Universitaria”, redactor de informativos fin de semana en Radio Salamanca Cadena Ser, redactor de “Tribuna de Salamanca”, columnista en “La Gaceta Regional de Salamanca” durante dos años; columnista en “El Norte de Catilla” durante 9 meses, he publicado reportajes en revistas mensuales especializadas como, “Psicologies”, “Crece Feliz”, “Nuestro Tiempo”, y colaboro con la revista mensual “Actualidad Aseguradora”, autor de una veintena de artículos académicos, de cinco libros, y editor de otros tantos. He dirigido 25 tesis doctorales.

**AURORA PÉREZ MAÍLLO.** Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca donde es profesora e investigadora en el GI Media & Audiovisual Culture. Imparte las asignaturas de Producción radiofónica, Guion radiofónico y Lenguaje radiofónico. Su actividad profesional, docente e investigadora se centra en la Comunicación Radiofónica y Sonora: Estrategias Narrativas, Productivas, Perceptivas (memoria, atención y comprensión sonora) y Didácticas (alfabetización mediática). Es autora de varias obras, comunicaciones y artículos sobre Periodismo, Radio y podcast publicados en revistas especializadas. Además, ha codirigido varios proyectos de innovación sobre educación y podcast. En el ámbito de la gestión universitaria ha sido Vicedecana y Coordinadora del Grado de Comunicación Audiovisual de la Facultad de Comunicación de la UPSA. En el ejercicio del periodismo ha sido redactora en Onda Cero y Tribuna Universitaria. *Premio Cossío* de Periodismo (Modalidad Radio) 2016.

**NURIA QUINTANA PAZ.** Doctora en Comunicación (UPSA) y Encargada de Cátedra. Licenciada en Periodismo (UPSA) y en Comunicación Audiovisual (USAL). Está acreditada por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León en las figuras contractuales de Profesor de Universidad Privada y Profesor Contratado Doctor. Sus principales líneas de investigación son la información audiovisual, la comunicación en televisión y las políticas televisivas. Ha participado como investigadora en varios proyectos de investigación nacionales y es evaluadora de la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP). Tiene reconocido un sexenio de investigación. Integrante de la Junta Directiva de la Asociación Salmantina de Periodistas, su experiencia laboral se ha desarrollado en diversos medios televisivos en el campo de la información audiovisual tanto en su vertiente periodística como en el ámbito de la Realización.

**JOSÉ RAMOS DOMINGO.** Doctor en Teología (UPSA). Doctor en Ciencias de la Comunicación (UPSA) Doctor en Historia del Arte (USAL).  
Ha impartido las siguientes asignaturas: Retórica y Homilética, Arte y Estética, Arte y Pensamiento, Historia del Arte, Historia de la Música.

Entre sus publicaciones se cuentan catorce libros sobre Retórica, Música, Homilética, Arte, Pensamiento Político, etc., cuarenta artículos sobre Portavocía y Comunicación, Oratoria, etc., además de ediciones Críticas sobre Mística, Migraciones, etc.

**PABLO REY GARCÍA.** Profesor encargado de cátedra en la Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA): es Doctor en Comunicación (con Premio Extraordinario) por la UPSA, DEA en Historia Contemporánea por la Universidad de Salamanca. Ha sido comisario de varias exposiciones de fotografía y participante en varias otras. Profesor invitado por la Wright State University de Dayton, Ohio (2006), y con estancias de investigación en la Universidad de Lovaina (2007) la Universidad Hebrea de Jerusalén (2008), la Universidad Americana de Beirut (2016) o el Yad Vashem de Jerusalén (2018), entre otras. Con más de medio centenar de publicaciones académicas en diversas revistas y editoriales científicas. Su último trabajo, a punto de salir de imprenta, es *La Fotografía en Brasil* (ediciones Universidad de Salamanca), junto al profesor Charles Monteiro, de la Pontificia Universidad Católica de Rio Grande do Sul.

**ELENA RODRÍGUEZ BENITO.** Profesora asociada en la UPSA, donde imparte diversas materias relacionadas con la comunicación corporativa y el marketing. Actualmente está realizando sus estudios de doctorado, que versan sobre un nuevo modelo del marketing basado en la Economía del Bien Común.

Especializada en marketing online, ha desarrollado su carrera profesional en el entorno digital, destacando su trabajo como responsable de marketing de un e-commerce internacional (Proporta) y como consultora de marketing online en la agencia Internet Advantage. Actualmente compagina su docencia con trabajos de consultoría y asesoría de comunicación digital para distintos proyectos.

**ÓSCAR SÁNCHEZ ALONSO.** Doctor en Comunicación. Premio Extraordinario de Doctorado y Premio Extraordinario de Licenciatura. Profesor universitario de Política, Deontología y Teoría de la Publicidad en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. Acreditado por la ACSUCYL (Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León) como Profesor de Universidad Privada y Profesor Contratado Doctor. Desde sus primeros cursos de licenciatura buscó combinar su formación con el ejercicio profesional. Y posteriormente, ha conjugado su trayectoria docente con experiencia en un amplio abanico de medios de comunicación. Actualmente, junto a sus publicaciones académicas, sigue colaborando con los medios a través de artículos vinculados a sus campos de estudio. Desde 2018 es también miembro del Consejo Editorial de la revista *Vida Nueva* y miembro de la Unidad de Igualdad de la UPSA.

**CONSUELO SÁNCHEZ SERRANO.** Profesora encargada de cátedra en la UPSA desde hace casi 25 años. Miembro del Grupo de investigación "*Media and audiovisual culture*", es autora del libro *Las tertulias de la radio. La plaza pública de los* y coautora de los libros *Periodismo sin información, Redacción para periodistas: opinar y argumentar, Periodistas de Castilla y León del Siglo XX o Periodismo Deportivo de Manual*, así como coordinadora del libro de entrevistas *Conversaciones sobre periodismo radiofónico*. Además ha escrito numerosos artículos en prensa, revistas especializadas o blogs. Directora de varios proyectos de innovación concedidos por el Club de Innovación Universitaria (2013-14 y 2014-15).

Como periodista ha trabajado en RNE, Cadena SER, Tribuna Universitaria y en la Dirección de

Comunicación de Salamanca 2002, Ciudad Europea de la Cultura. En el ámbito de la gestión universitaria ha sido vicedecana de Alumnos, coordinadora de Extensión Académica y coordinadora de Relaciones Internacionales de la Facultad de Comunicación de la UPSA.

**FERNANDO SUÁREZ CARBALLO.** Fernando Suárez Carballo es licenciado en Periodismo por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Pontificia de Salamanca (2000) y doctor por esta misma Universidad (2005). Posee la acreditación de Profesor Contratado Doctor y Profesor de Universidad Privada por la ACSUCYL y la ANECA. Es profesor Titular de Dirección de Arte en la Facultad de Comunicación de la UPSA, en la que, desde el año 2000, imparte diferentes asignaturas vinculadas al diseño gráfico y la comunicación visual. Es autor de varios artículos científicos relacionados con estas disciplinas y desde el año 2007 edita el blog Cosas Visuales. Entre sus cargos de gestión, ha sido coordinador de Publicidad y Relaciones Públicas y Vicedecano de Alumnos de esta Facultad de Comunicación y actualmente dirige la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la Universidad.

**JOSÉ GABRIEL VERA BEORLEGUI.** Doctor en Comunicación pública (2016), Licenciado en Ciencias de la Información (1993), Filosofía (1998) y Teología dogmática (2008).

Director de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación, en la Conferencia Episcopal Española (CEE), desde 2011, y Director de la Oficina de Información de la CEE, desde 2014.

Profesor asociado de Comunicación institucional de la Iglesia en la Universidad de Navarra. Profesor del Experto en Comunicación Social de la Universidad Pontificia de Salamanca y del Diploma de Especialización Universitaria en Comunicación y Religión en la Era Digital de la Universitat Ramon Llull.

**PABLO ZUBIETA PENICHE.** Con más de 30 años de experiencia, Pablo A. Zubieta es experto en Marketing y Comunicación. Ha sido reconocido como “una de las 15 estrellas del marketing en México” por la revista Expansión, la principal revista de negocios de su país. Su experiencia incluye decenas de industrias y centenares de marcas en más de 10 países de América y Europa. Su actividad principal se concentra en actuar como Marketing Coach & Thinking Partner para directivos en organizaciones comerciales y de la sociedad civil. Es asimismo, profesor invitado en Marketing y Comunicación en Universidades mexicanas y españolas. Preside el Patronato de A Favor de lo Mejor, ONG que promueve la mejora de los contenidos de los medios en México. Pablo A. Zubieta es doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Navarra.

## Breve CV de la Directora y coordinadora

**GLORIA GARCÍA GONZÁLEZ** (Directora) es licenciada en Geografía e Historia y en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Salamanca. Tras obtener el Doctorado en Historia con Premio Extraordinario (2005) por la Universidad de Salamanca accede al grado de Encargada de Cátedra en la Universidad Pontificia, desde el que se ocupa de la docencia en materias vinculadas a la Historia y a la Historia de la Comunicación. Está acreditada por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León en las figuras contractuales de Profesor de Universidad Privada y Profesor Contratado Doctor y tiene acreditado por la CNIE un sexenio de investigación.

Es autora de casi cuarenta publicaciones científicas y ha participado en varios proyectos de investigación de alcance nacional. En la actualidad participa en el proyecto de investigación "El papel de la prensa no diaria en la Transición Española. Información, Política y Partidos (1975-1982)" financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y como miembro del Grupo de Investigación Reconocido "Historiografía y Nacionalismo en la España Contemporánea" participa desde 2018 del Proyecto de Investigación de Excelencia "Nación y Nacionalismo en España y América Latina".

**LILIANA ARMENTA LOBATO** (Coordinadora). Liliana Armenta Lobato, es Terapeuta Sistémica por la UPSA y Licenciada en Psicología Organizacional por el ITESM (México). Ha trabajado en Recursos Humanos en empresas transnacionales como Ford Motor Company, Volvo Camiones, en Organizaciones no Gubernamentales en EEUU y México. Actualmente es profesora del Máster de Orientación y Medicación Familiar de la UPSA, e imparte la asignatura Solution Focused Brief Coaching a los alumnos del IES Abroad-UPSA.