

unir

UNIVERSIDAD
INTERNACIONAL
DE LA RIOJA

Seminario online

RETÓRICA COMERCIAL

DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO Y DATOS BÁSICOS	
Denominación	Seminario <i>Retórica comercial</i> (Universidad Internacional de La Rioja)
Tipo de enseñanza	A distancia
Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades
Rama del conocimiento	Artes y Humanidades
Área académica UNIR	Área de Artes y Humanidades
Condición para ciertas profesiones	No
Lengua	Español
Duración total del curso	3 meses
Número total de ECTS	2
Año de implantación	Otoño de 2018
Perfil recomendado de acceso	Todos
Profesor	Ana María Aceituno

DESARROLLO Y PROGRAMA DEL SEMINARIO

Entendemos por RETÓRICA la técnica de comunicar de manera atractiva y convincente. Al principio, trató solamente de la comunicación oral ante un público, llamándose posteriormente Oratoria. En la actualidad, la capacidad de hablar en público es solo una de las habilidades que se integran en el fenómeno general de la COMUNICACIÓN.

La **Retórica comercial** se ha desarrollado enormemente con el apoyo de los medios de comunicación de masas, especialmente como lenguaje publicitario que utiliza con fines comerciales lengua natural y signos icónicos. **La retórica de la publicidad** aborda también el estudio del contexto social en que se producen estos discursos, así como las diversas relaciones de imágenes y texto.

Este programa atiende la formación de quienes tienen que elaborar un informe o una intervención oral en el ámbito del trabajo empresarial o comercial.

CONTENIDO DEL SEMINARIO

MODULO 1

Fundamentos del lenguaje

1. Emisor.
2. Discurso.
3. Receptor.
4. Circunstancias.

5. Institución.
6. Estilo.

MODULO 2

Funciones del discurso

1. Informativa (transmitir datos).
2. Apelativa (convencer).
3. Expresiva (emocionar).
4. Fática (mantener la atención).
5. Estética (seducir).
6. Lúdica (entretener).

MÓDULO 3

Éxito de la comunicación

1. Delimitar lo esencial.
2. Claridad de objetivos.
3. Sentido del humor.
4. Dosificar la emoción.
5. Evitar las faltas de respeto.
6. Conseguir la complicidad.

Actividad 1: Grabación de una intervención por parte del alumno de una duración de 10-15 minutos en la que se pongan de manifiesto y se tengan en cuenta las técnicas estudiadas en el seminario.

MÓDULO 4

Métodos de entrenamiento.

1. "Elevador Pitch".
2. "Pecha Kucha".
3. Método TED.
4. Guiones desarrollados.
5. Improvisación.
6. La técnica del Rap.

MÓDULO 5

Retórica comercial.

1. Reunión.
2. Presentación.
3. Análisis crítico.
4. Debate.
5. Diálogo de compra-venta.
6. Panegíricos y conmemoraciones.

MÓDULO 6

El lenguaje de la publicidad comercial.

1. Leyes del lenguaje publicitario.
2. Lenguaje y mensajes icónicos.
3. Juegos gráficos.
4. El eslogan.
5. Los estereotipos.
6. Las figuras retóricas.

Actividad 2: Identificar situaciones de atención al cliente satisfactorias e insatisfactorias y aplicando los conocimientos adquiridos, tanto prácticos como teóricos, aportar soluciones.

Actividades formativas	Horas	% Presencial
Sesiones presenciales virtuales	9	100 %
Estudio de material básico	20	0
Lectura del material complementario		0
Trabajos	21	0
Trabajo colaborativo		0
Test o prueba de evaluación		0
Total	50	

Sistema de evaluación	Ponderación
Participación del estudiante (sesiones, foros, tutorías)	10 %
Trabajos	90 %
Test de autoevaluación	

El sistema de calificaciones se expresará mediante la siguiente calificación:

- APTO
- NO APTO