

## DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

<b>Materia:</b>	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL CORPORATIVA		
<b>Identificador:</b>	31957		
<b>Titulación:</b>	GRADUADO EN PERIODISMO. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
<b>Módulo:</b>	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
<b>Tipo:</b>	OPTATIVA		
<b>Curso:</b>	4	<b>Periodo lectivo:</b>	Segundo Cuatrimestre
<b>Créditos:</b>	3	<b>Horas totales:</b>	75
<b>Actividades Presenciales:</b>	30	<b>Trabajo Autónomo:</b>	45
<b>Idioma Principal:</b>	Castellano	<b>Idioma Secundario:</b>	Castellano
<b>Profesor:</b>		<b>Correo electrónico:</b>	

## PRESENTACIÓN:

El objetivo de esta materia que el alumno aprenda a traducir a lo audiovisual el mensaje corporativo. Se habilitará al alumno con el conocimiento teórico y el manejo práctico de las herramientas propias del ámbito audiovisual. Comunicación audiovisual corporativa se centra principalmente en elaborar el discurso adaptado al medio audiovisual y radiofónico y en dar forma a la presentación de ese mensaje en función de los distintos fines que persigue una organización

En la comunicación corporativa, la utilización de recursos audiovisuales es cada vez más recurrente y las empresas e instituciones dedican una buena parte de su presupuesto a la producción de piezas de carácter sonoro, visual y audivisual, bien como elementos de identidad, más o menos permanentes, o como instrumentos puntuales de transmisión de mensajes.

Se estudiará la utilidad de estas piezas dentro de las estrategias de comunicación de empresas e instituciones y se valorará cada recurso de este tipo en función de los mensajes y los públicos para aprender a utilizarlos de la manera más adecuada a los propósitos comunicacionales.

Aunque se revisarán algunos aspectos teóricos, la materia se fundamentará en cuestiones prácticas basadas en reflexiones y trabajos sobre lecturas seleccionadas, visionado y análisis de producciones de carácter audiovisual y ejercicios tendentes a familiarizar a los alumnos con la gestión de la comunicación audiovisual corporativa.

## COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

<b>Competencias Generales de la titulación</b>	G01	Capacidad de análisis y síntesis.
	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G04	Comunicación escrita y verbal en lengua materna.
	G05	Uso de las tecnologías de la Información.
	G07	Trabajo en equipo.
	G09	Compromiso ético.
	G12	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
<b>Competencias Específicas de la titulación</b>	E01	Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
	E02	Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
	E03	Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo.
	E04	Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento.
	E06	Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o

		nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.
	E08	Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).
	E10	Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas.
	E12	Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
	E21	Capacidad para incorporarse a un equipo profesional, haciendo que converjan sus propios intereses profesionales y los del proyecto en el que se ha incorporado.
	E22	Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.
	E23	Conocimiento de las teorías sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa, a partir de la aplicación del pensamiento creador y mediante sus diversas manifestaciones y actividades.
	E28	Capacidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa, fijando los objetivos de comunicación, definiendo el público objetivo, planteando las estrategias, ejecutando el plan de comunicación y midiendo su impacto en la audiencia.
	E29	Capacidad para identificar, gestionar y proteger los activos intangibles de la organización (imagen, reputación...), empleando en cada momento el mensaje y la estrategia adecuados para la consecución de sus objetivos, bien a través de los medios tradicionales, bien en el entorno digital.
<b>Resultados de Aprendizaje</b>	R01	Comprender la necesidad y las posibilidades comunicativas de lo audiovisual para los fines organizacionales.
	R02	Conocer y manejar las tecnologías y herramientas audiovisuales necesarias para la producción y difusión de mensajes en el ámbito corporativo.
	R03	Traducir a lo audiovisual el mensaje corporativo.
	R04	Analizar y elaborar videos corporativos.
	R05	Analizar y elaborar cuñas radiofónicas corporativas.

#### REQUISITOS PREVIOS:

#### PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

1. Para el mejor aprovechamiento de las clases se recomienda a los alumnos:

- Asistir a las clases con con herramientas electrónicas que permitan la consulta y el visionado de elementos audiovisuales.

2. Serán obligatorias, al menos, tres tutorías a lo largo del semestre.

4. Las tutorías se solicitarán con antelación y por escrito al profesor de la asignatura a través de la siguiente dirección de correo electrónico: [mamainar@usj.es](mailto:mamainar@usj.es).

5. La materia está organizada en cuatro unidades, pero no se impartirá de forma secuencial. Para facilitar los ejercicios prácticos y el análisis se trabajará de forma simultánea sobre contenidos de distintas unidades.

#### Contenidos de la materia:

<b>1 - Comunicación corporativa y recursos audiovisuales</b>
1.1 - Estrategias de comunicación corporativa
1.2 - Comunicación audiovisual en las organizaciones
<b>2 - Identidad corporativa</b>
2.1 - Identidad gráfica, sonora y audiovisual
<b>3 - El mensaje audiovisual y su difusión</b>
3.1 - Del lenguaje visual al mensaje visual
3.2 - Herramientas del lenguaje visual
3.3 - Representaciones visuales
3.4 - Lenguaje radiofónico y segmento sonoro
3.5 - Análisis audiovisual

**4 - Enfoques audiovisuales en la empresa**

4.1 - Enfoques publicitario, informativo, divulgativo, lúdico y de espectacularidad

4.2 - Formatos audiovisuales

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

**METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:**

**Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:**

Con el objetivo de que los alumnos alcancen las competencias establecidas para la materia se llevarán a cabo las siguientes metodologías de enseñanza-aprendizaje:

1. *Clases teóricas.* Impartidas por el profesor **los lunes lectivos desde el inicio del semestre, entre las 18:40 y las 20:20 horas.**

2. *Estudio de casos.* Se revisarán y analizarán casos reales de comunicación audiovisual corporativa con el fin de fijar conceptos mediante experiencias externas de gestión comunicativa.

3. *Tertulia profesional.* Tras las clases teóricas y el estudio de casos, en algunas unidades se contará con la presencia puntual de profesionales expertos en la materia con los que los alumnos podrán dialogar acerca de cuestiones relativas a la misma. Esta actividad quedará sujeta a la disponibilidad que en cada momento puedan tener los profesionales concitados.

4. *Visitas formativas.* Cuando sea posible y previo acuerdo con los alumnos, se podrán realizar desplazamientos a lugares donde se desarrollen actividades de comunicación audiovisual que puedan tener valor formativo.

5. *Ejercicios prácticos.* Los alumnos deberán realizar ejercicios prácticos vinculados a las unidades impartidas que serán evaluados y ponderarán en la nota final a obtener.

6. *Pruebas escritas.* Pruebas parciales para evaluar los conocimientos adquiridos por los alumnos.

7. *Trabajo final.* Trabajo práctico que los alumnos desarrollarán a lo largo del semestre y presentarán al final del mismo como prueba de los conocimientos obtenidos y las habilidades adquiridas para ejecutar experiencias reales de comunicación audiovisual corporativa. Ponderará en la nota final a obtener.

**Volumen de trabajo del alumno:**

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
<b>Actividades Presenciales</b>	Clase magistral	10
	Otras actividades teóricas	3
	Casos prácticos	10
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	2
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	2
	Actividades de evaluación	3
<b>Trabajo Autónomo</b>	Asistencia a tutorías	3
	Estudio individual	7
	Preparación de trabajos individuales	20
	Preparación de trabajos en equipo	15
<b>Horas totales:</b>		<b>75</b>

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Obtención de la nota final:**

Pruebas escritas:	10	%
Trabajos individuales:	30	%
Prueba final:	15	%
Trabajo final:	45	%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>%</b>

\*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

**BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:**

**Bibliografía básica:**

ACASO, María. El lenguaje visual. Barcelona: Paidós, 2009
RODERO ANTÓN, Emma; ALONSO GONZÁLEZ, Carmen; FUENTES ABAD, José Ángel. La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios. Barcelona: Ariel, 2004
LORÁN HERRERO, María Dolores y PABLO CANO, Ángel. La Comunicación audiovisual en la empresa: formatos, nuevas fórmulas y usos. Barcelona: UOC, 2017
GARCÍA-CLAIRAC, Santiago. Realización de spots publicitarios. Córdoba: Almuzara, 2005

**Bibliografía recomendada:**

BASAT, Luis. El libro rojo de la publicidad. Madrid: Espasa, 1998
HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Caridad. Manual de creatividad publicitaria. Madrid: Síntesis, 2010
PALENCIA-LEFLER, Manuel. 90 técnicas de comunicación y relaciones públicas. Manual de comunicación corporativa. Barcelona: Profit Editorial, 2011
VILLAFAÑE, Justo y MÍNGUEZ, Norberto. Principios de Teoría General de la Imagen. Madrid: Ediciones Pirámide, 2009
O'GUINN, Thomas; T. ALLEN, Chris; J. SEMENIK, Richard. Publicidad y comunicación integral de marca. México D.F.: Thomsom, 2004
GARCÍA GUARDIA, Mª Luisa y MENÉNDEZ HEVIA, Tania. Fundamentos de la realización publicitaria. Madrid: Fragua, 2007
CURTO GORDO, Víctor; REY FUENTES, Juan; SABATÉ LÓPEZ, Joan. Redacción publicitaria. Barcelona: UOC, 2008

**Páginas web recomendadas:**

Dircom	<a href="http://dircom.org">dircom.org</a>
PR Noticias	<a href="http://prnoticias.com">prnoticias.com</a>
El blog de José Manuel Velasco	<a href="http://fabulasdecomunicacion.es">fabulasdecomunicacion.es</a>
El blog de Pablo Herreros	<a href="http://comunicacionsellamaeljuego.com">comunicacionsellamaeljuego.com</a>
Premio Nacional de Creatividad José María Ricarte	<a href="http://premioricarte.es">premioricarte.es</a>
Cannes Lions	<a href="http://canneslions.com">canneslions.com</a>
Puro Marketing	<a href="http://puromarketing.com">puromarketing.com</a>
IAB Spain	<a href="http://iabspain.net">iabspain.net</a>
AD Slogan	<a href="http://adslogans.co.uk">adslogans.co.uk</a>
Club de Creativos	<a href="http://clubdecreativos.com">clubdecreativos.com</a>

\* Guía Docente sujeta a modificaciones