

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Comunicación Audiovisual
-------------	--------------------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Comunicación Audiovisual para las Organizaciones
-------------	--

Tipo:	Obligatoria
-------	-------------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

Curso:	4
--------	---

Código:	1840
---------	------

Periodo docente:	Séptimo semestre
------------------	------------------

Materia:	Técnicas de Producción y Comunicación Aplicada
----------	--

Módulo:	Organización y Producción de la Comunicación Audiovisual y Multimedia
---------	---

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	150
--	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Francisco Javier Reyerer Gonzalez	reyero@telefonica.net

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta materia pretende que los alumnos del último año de grado puedan aplicar los conocimientos adquiridos durante los cursos anteriores a la planificación y desarrollo de productos audiovisuales para todo tipo de empresas y organizaciones.

La comunicación corporativa es el nuevo ámbito de desarrollo de las habilidades y conocimientos en el campo audiovisual. Todo se está volviendo audiovisual y digital... también las organizaciones empresariales, ONG's, organismos públicos, etc. Y sobre todo su comunicación pública y corporativa está cada vez más volcada en el empleo de herramientas audiovisuales, pocas veces propias y casi siempre de terceros.

Cada vez es más habitual que el empleo del entorno audiovisual esté presente en cualquier compañía, como parte de su comunicación externa e interna. Se abre de este modo un campo profesional tan interesante como especializado para los alumnos de Comunicación Audiovisual

La asignatura pretende que los alumnos descubran en el tramo final de su formación académica la existencia de un campo de acción profesional activo y en constante evolución más allá del ámbito de las productoras, los canales de televisión o el cine. Es el mundo de la producción audiovisual corporativa, de la actividad audiovisual para las organizaciones o corporaciones.

OBJETIVO

Los alumnos se familiarizan con este campo floreciente y en constante crecimiento para el desarrollo de su actividad profesional como futuros expertos en Comunicación audiovisual.

Aplican el aprendizaje de la materia y de todo el grado a un proyecto concreto que les pone en contacto real con el mundo de las empresas.

Los fines específicos de la asignatura son:

Desarrollar un proyecto de carácter teórico-práctico que profundice en algunos de los ámbitos de la comunicación.

Adquirir la capacidad para utilizar o tratar herramientas y contenidos especializados aplicados en los procesos de producción informativa o de ficción audiovisual.

Conocer y aplicar los métodos de producción informativa o de ficción en los medios audiovisuales.

Crear, producir y realizar programas audiovisuales interactivos para cualquier soporte comunicativo.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los propios del grado en curso adquiridos en los créditos que los alumnos han ido completando previamente.

Serán especialmente útiles para los alumnos sus conocimientos de producción, edición de vídeo, iluminación, posproducción de audio y vídeo, rodaje, planificación de rodajes o elaboración de escaletas,

CONTENIDOS

1. Aproximación a la comunicación corporativa.
2. Comunicación corporativa audiovisual.
3. Del vídeo industrial al vídeo corporativo. Definición de vídeo corporativo.
4. Vídeo comunicados. Trabajos específicos para clientes.
5. Canales corporativos de vídeo.
6. Canales corporativos en Youtube
7. Radio Digital corporativa.
8. Agencias especializadas en la creación, producción y distribución internacional de contenidos audiovisuales.
9. Repaso de los principales actores de este nuevo campo de actividad profesional.
10. Nuevas técnicas de comunicación audiovisual empleadas por las organizaciones: viralización de contenidos, Book-trailers, Televisiones corporativas, streaming, etc.,
11. Eventos empresariales. Los programas de televisión que no salen al aire.
12. Nuevas herramientas de la comunicación corporativa: live streaming, Vídeo mapeo, geolocalización y uso audiovisual, etc.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Cada sesión constará de una primera parte de exposición del profesor del temario, con la resolución de dudas e ilustración de la teoría con casos que se analizarán a través de campañas de imagen reales.

La segunda parte tendrá un enfoque eminentemente práctico, y en ella los alumnos deberán aportar sus propias propuestas de casos a investigar individualmente, con la supervisión del profesor.

Visitas a las aulas de profesionales en activo de la comunicación audiovisual para las organizaciones. Charla-Coloquio con los alumnos acerca de las peculiaridades de sus quehaceres profesionales.

Los alumnos se distribuirán en grupos de trabajo desde el comienzo del curso. Grupos estables de unos 5 miembros por grupo. Cada grupo realizará varias tareas que serán evaluadas a lo largo del curso. A saber:

- A) Videocomunicado.
- B) Videonoticia.
- C) Elaboración de videobook individual
- D) Diseño, producción, edición y posproducción de un vídeo corporativo de una compañía real.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Ser capaz de transmitir y ayudar a comprender al usuario de los medios de comunicación audiovisual y de las plataformas multimedia la realidad del mundo y del hombre, incluidos sus fundamentos religiosos.

Ser capaz de aplicar y dominar la tecnología aplicada al campo de la comunicación audiovisual y multimedia.

Adquirir el conocimiento propio de cada una de las materias que configuran los planes de estudio de Comunicación Audiovisual.

Adquirir la capacidad para plantear y responder creativamente - a través de los medios audiovisuales y multimedia- a las preguntas fundamentales en torno al qué, el porqué y las consecuencias de los acontecimientos humanos, sociales, políticos y económicos.

Adquirir un pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico para ser capaz de comprender la realidad y transmitirla a través del lenguaje audiovisual de los medios de comunicación.

Adquirir la capacidad de expresarse con corrección de forma oral, escrita y en soporte audiovisual o multimedia, mediante discursos y contenidos informativos, de entretenimiento o de ficción.

Desarrollar la capacidad para desempeñar labores comunicativas en el entorno multimedia o audiovisual como trabajador autónomo y en sistemas de autoempleo.

Competencias específicas

Comunicar y crear mensajes y programas en el lenguaje propio de cada medio de comunicación audiovisual (fotografía, radio, televisión, cine, multimedia...), y en los soportes digitales que vehiculan la comunicación y la información.

Conocer e interpretar la información de actualidad desde la óptica del lenguaje de los medios audiovisuales.

Saber crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales, optimizando los recursos humanos y utilizándolos de acuerdo a un plan de trabajo.

Poner en práctica el ejercicio y la actividad de elaborar productos audiovisuales en una empresa del sector audiovisual o multimedia, a través de las prácticas obligatorias del Grado.

Exponer razonadamente las ideas a partir de los fundamentos de la argumentación y la retórica utilizando cualquier recurso de expresión, en especial los recursos audiovisuales.

Adquirir la capacidad para expresarse con fluidez y eficacia en Castellano de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Localización de clientes.

Relación comercial con el cliente

Elaboración de un producto audiovisual (vídeo corporativo o similar) en colaboración con el interlocutor (marketing, comunicación, etc.) de compañías reales

Pre producción, elaboración de la biblia, localizaciones, escaleta, guión, producción, realización, edición y corte final del vídeo.

Supervisión del cliente real y presentación en clase del trabajo profesionalizante.

Conocimiento exhaustivo de la actividad audiovisual de las empresas de eventos.

Canales corporativos. Situación y oportunidades del mercado. Canales de corporativos alojados en YouTube

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El aprendizaje y la evaluación serán continuos, tanto de forma presencial, como a través de la realización de prácticas que propondrá el profesor para fomentar la capacidad crítica, analítica y creativa de cada uno de los alumnos.

Asistencia a clase y participación activa: 10 %

Trabajo grupal: 40 %

Trabajos individuales: 20 %

Prueba objetiva de conocimiento: 30 %

Es indispensable obtener una calificación igual o superior a cinco puntos sobre 10 en las parte de TRABAJO GRUPAL y PRUEBA OBJETIVA DE CONOCIMIENTO, para superar esta asignatura

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

- "Corporate Communications: Theory and Practice" Josep Cornelissen.
- "The power of corporate communication" Paul Argenti y Janis Forman Editor por McGraw Hill
- <http://mouriz.wordpress.com/tag/videos-corporativos>. Blog especializado en la comunicación corporativa.
- "Comunicación interna en la práctica" TESSI, M. Ediciones Granica, Buenos Aires 2012.
- "Branding interno. Una trama inteligente" FORMANCHUK, A. Ediciones Formanchuk y asociados, Buenos Aires 2011.
- "PANORAMA AUDIOVISUAL". <http://www.panoramaaudiovisual.com/>