VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Guía Docente
43288 Gestión comunicativa en el panorama audiovisual

FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	43288
Nombre	Gestión comunicativa en el panorama audiovisual
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2020 - 2021

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2	6 - Gestión comunicativa en el panorama audiovisual	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
LLORCA ABAD, GERMAN	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

- Esta materia se concibe como culminación a la finalización del desarrollo de un formato audiovisual. En ella se aborda la construcción de la estrategia de comunicación pública y especializada de dichos proyectos.

- El programa de la materia contempla el estudio de los diferentes ámbitos de comunicación pública de los proyectos audiovisuales. Se analizan, asimismo, las estrategias de venta y la gestión comunicativa ante el sector profesional, puesto que son una de las claves del éxito de un proyecto audiovisual.

- Para una correcta defensa pública de los formatos y contenidos ante los agentes de la industria, además de la estrategia, se acomete la planificación y práctica de una presentación o *pitching*. Éste contempla la adquisición de las técnicas de expresión oral necesarias, la inclusión del *teaser* en la presentación pública y el desarrollo de los dossiers y materiales básicos de difusión.

- La materia contempla la participación en las Jornadas CONTD, en la que los alumnos defienden su proyecto ante los agentes de la industria.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

La materia no precisa de ninguna competencia previa específica. En cualquier caso, las alumnas y los alumnos con conocimientos sobre técnicas de expresión oral, comunicación corporativa y/o técnicas de relaciones públicas podrán aprovechar mejor los contenidos de la materia.

COMPETENCIAS

2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2

- Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los/las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Analizar e interpretar les nuevos lenguajes mediáticos asociados a la multidifusión digital.
- Administrar las destrezas adquiridas en la proyección y construcción de un diseño curricular coherente.
- Integrar los contenidos teóricos relacionados con los lenguajes mediáticos utilizados en el flujo comunicativo de contenidos y formatos audiovisuales de la sociedad de la información en la praxis profesional.
- Interpretar la estructura de la empresa audiovisual, la dinámica del mercado y la naturaleza de los diferentes productos audiovisuales en los flujos mediáticos emergentes.
- Planificar y crear estudios de análisis y prospectiva de las tendencias en el consumo de los contenidos y formatos audiovisuales emergentes en el espacio multidifusivo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta materia, las alumnas y los alumnos, deberán haber adquirido las competencias necesarias para:

- Comprender (y aplicar) el concepto de gestión activa de la imagen propia e identidad corporativa.

- Diseñar una estrategia de comunicación oral.

- Hablar correctamente en público.

- Diseñar una estrategia de comunicación escrita.

- Redactar conforme los requerimientos de la profesión audiovisual.

- Diseñar y elaborar los materiales gráficos de comunicación.

- Aplicar los conocimientos adquiridos en el panorama audiovisual.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Concepto de panorama audiovisual

De forma específica, se profundiza en el conocimiento del sector audiovisual español y de dan a conocer las claves que lo inscriben en el panorama europeo e internacional. Se profundiza, asimismo, en el conocimiento de la estructura de la comunicación audiovisual televisiva, los agentes del sector y las formas emergentes de producción audiovisual. En última instancia, se propone una guía de eventos relacionados con el sector.

2. Estrategia global de comunicación

En esta unidad se desarrolla el concepto de gestión activa de la imagen propia e identidad corporativa. Una vez finalizados los proyectos, estos deben comunicarse correctamente en el panorama audiovisual y en contextos profesionales. Para ello, se profundiza en elementos de construcción de marca y se dan a conocer las herramientas para la difusión de un proyecto en todos sus ámbitos: webs, redes sociales, materiales escritos, etc.

3. El Pitching

Se trata de la exposición pública de un proyecto audiovisual. Dicha exposición contempla la confluencia y estructuración consciente de tres elementos: un teaser o audiovisual de referencia, una exposición oral y un material de referencia. Las alumnas y los alumnos aprenden a diseñar un pitching incorporando dichos elementos. Asimismo, se contempla la práctica y corrección del mismo con el fin de hacer una correcta exposición durante las Jornadas CONTD y el diseño de los materiales de referencia.

4. Técnicas de expresión oral

Las alumnas y los alumnos adquieren las herramientas necesarias para gestión del cuerpo, gestión de la mirada, gestión de la voz y administración de silencios, gestión de la gestualidad, captar la atención, etc.

5. Técnicas de expresión escrita

Las alumnas y los alumnos adquieren las herramientas necesarias para la redacción profesional del dossier del proyecto y de los materiales y herramientas de difusión: webs, redes sociales, materiales escritos.

6. Jornadas CONTD

Participación en las jornadas de ámbito nacional CONTD, en las que se dan cita los profesionales del sector de la industria audiovisual.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en laboratorio	30,00	100
Seminarios	30,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	15,00	0
Estudio y trabajo autónomo	45,00	0
Preparación de clases de teoría	5,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	5,00	0
Resolución de casos prácticos	20,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases teóricas lección magistral participativa
- Resolución de casos prácticos
- Desarrollo de proyectos
- Debate o discusión dirigida
- Grupo de trabajo

EVALUACIÓN

- Trabajo en grupo
- Asistencia y participación
- Evaluación continua

REFERENCIAS

Básicas

- ÁLVAREZ ANGULO, T. Competencias básicas en escritura. Octaedro: Barcelona.
- ARREDONDO, L. (1992). Cómo hacer presentaciones profesionales. McGraw-Hill: México.
- BRIZ, A. (2008). Saber hablar. Aguilar: Madrid.
- CASSANY, D. (1999). La cocina de la escritura. Ariel: Barcelona.
- ESTÉVEZ, N.; GÓMEZ, J.R.; CARBONELL, M. (eds.). La comunicación escrita en el siglo XXI. PUV: Valencia.
- FRANCÉS, M. (ed.). Hacia un nuevo modelo televisivo. Gedisa: Barcelona.
- GONZÁLEZ OÑATE, C. (2009). Nuevas estrategias de televisión. El desafío digital. Ediciones de Las Ciencias Sociales: Madrid.
- GUIX, X. (2004). No me explico ni me entiendes. Granica: Barcelona.
- HERVÁS FERNÁNDEZ, G. (1998). Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal. Playor: Madrid.
- MORALES, C.J. (2007). Guía para hablar en público. Alianza: Madrid.
- REYNOLDS, G. (2009). Presentación Zen. Prentice Hall: Madrid.
- RUBIO, J. (2000). Com parlar bé en públic. Pòrtic: Barcelona.
- VIVANCO, V. (2008). El don de la escritura: comunicar con estilo profesional. Paraninfo: Madrid.
- KAWASAKI, G. (2011). El arte de cautivar. Grupo Planeta: Barcelona.
- PEREL, P. (2018). Ganar un Óscar es fácil. Lo difícil es el pitching. FilmBeat.
- SEPÚLVEDA, h. (2013). Power Pitch Method. El arte de construir un Pitch efectivo para encantar a tus clientes y generar oportunidades de negocio. OMB: Santiago de Chile.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

La CCA del máster, reunida el 21 de abril de 2020, ha acordado la ratificación de los contenidos y evaluaciones de las guías docentes en vigor del curso 2019/2020. Los cambios resultantes de la adaptación de la docencia presencial a la docencia virtual no afectan a los contenidos ni a la estructura de las sesiones, ni a los trabajos de evaluación. El cronograma docente ha sido revisado y confirmado. Estas acciones han sido comunicadas a las y los estudiantes del curso, con quienes se ha reforzado la atención personalizada con la creación de nuevos espacios de trabajo.