

CURSO ACADÉMICO: 2007 - 2008

LICENCIATURA: Comunicación Audiovisual

CURSO: 4º

Código: 20793

Asignatura: Seminario Cuestiones Actuales de Comunicación

Tipo de asignatura: Op

Nº de créditos: 2

Profesorado: Xavier Salla García, grupo 4, Bilingüe

Semestre: 2º

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

- Conocer el mercado audiovisual actual.
- Detectar mercados emergentes y necesidades que puedan ser satisfechas con los conocimientos adquiridos en la licenciatura.
- Preparar al alumno para su incorporación al mercado laboral mediante técnicas acordes con los modelos actuales de comunicación.
- Las materias tratadas tienen como finalidad proporcionar habilidades útiles para el alumno que necesitará conocer y aplicar en su desarrollo profesional.

TEMARIO:

10. Panorama general de la comunicación en la actualidad

- Exposición de los medios más conocidos
- Análisis de los medios expuestos
- Conclusiones
- Asignación de tareas para evaluación continuada

11. Tipología de los modelos de comunicación actuales

- Estructuras de funcionamiento de los medios más conocidos
- Análisis de necesidades
- Entornos de competencia
- Asignación de tareas para evaluación continuada

12. Tendencias y proyección futura del mercado audiovisual

- Internacionalización
- Liberalización
- Mercados emergentes
- Ventajas e inconvenientes

13. Planificación profesional

- Primeras cuestiones

- Detección de necesidades en comunicación audiovisual
- Búsqueda del valor diferencial
- Adecuación al proyecto personal. El C.V.
- Asignación de tareas para evaluación continuada

14. Herramientas de construcción y desarrollo para la planificación profesional

- Creación y desarrollo de proyectos audiovisuales exportables
- El Plan de Empresa
- La hoja de ruta
- Creación de herramientas de gestión
- Asignación de tareas para evaluación continuada

15. Legalidades relacionadas con el mercado audiovisual actual

- Disposiciones legales afectas
- La LOPD, la LSSICE y otras disposiciones relacionadas con las Nuevas Tecnologías
- Protección del capital intelectual
- Estructuras jurídicas más habituales
- Asignación de tareas para evaluación continuada

16. Técnicas actuales de comunicación comercial

- La imagen personal
- La venta. Técnicas
- Lenguaje corporal
- Presentaciones
- Asignación de tareas para evaluación continuada

17. La comunicación interna en organizaciones del sector audiovisual actual

- Mando y liderazgo
- Dinámica de grupos
- Negociación
- Marketing con presupuesto reducido
- Gestión óptima de recursos
- Financiación y empresas de capital riesgo

18. Exposición y defensa de proyectos

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA:

Entre otras que se puedan recomendar durante el curso, se proponen las siguientes:

- 40 ÈXITS EN COMUNICACIÓ de VV.AA, Editorial: PEARSON EDUCACION 2003
- ELS MEDIS DE COMUNICACIÓ A LA SOCIETAT ACTUAL de VV.AA. Editorial: UNIVERSIDAD DE MURCIA
- E-LEARNING: IMPLANTACIÓ DE PROJECTES DE FORMACIÓ ON-LINE de VV.AA. Editorial: RA-MA
- DE L'EMPRESA JURÀSICA A L'E-MPRESA E-ÈVOLUCIONADA de RICÀ, ENRIQUE DE LA i ARBONIES ORTIZ, ÀNGEL L. Editorial: TORCULO EDICIONES, S.L.

- LA LLEI DE MARQUES: ESTUDI DE LA NOVA LLEI DE MAQUES, REGLAMENT I APLICACIÓ PRÀCTICA A L'EMPRESA de BOCOS TORRES, MARCOS. Editorial: SERVIDOC 2003
- LA VENDA PROFESSIONAL de RUANDO, ALFONSO. Editorial: DEUSTO S.A. EDICIONES
- COM DIRIGIR REUNIONS de BARKER, ALAN Editorial: EDITORIAL GEDISA, S.A. 2002
- E-MARKETING de MAYORDOMO, JUAN LUIS Editorial: EDICIONES GESTION 2000 S.A. 2003
- EL PLA DE MARKETING de COHEN, WILLIAM A. Editorial: DEUSTO S.A. EDICIONES
- AGENDA DE LA COMUNICACIÓ 2004, Ministeri de la Presidència. Secretaria de Estado de Comunicació
- COM FER PLANS D'EMPRESA, www.barcelonactiva.es
- Ribas, Joan Ignasi "Difusió cultural i comunicació audiovisual interactiva", Temes de Disseny, 18, Barcelona, 2001
- La Llei Orgànica de Protecció de Dades, de 15 de desembre de 1999
- El Reglament de Mesures de Seguretat, d'11 de juny de 1994
- Llei de Serveis de la Societat de la Informació i el Comerç Electrònic (Llei 34/2002, d'11 de juliol, LSSICE)
- Llei General de Telecomunicacions (Llei 32/2003, LGT)

COMPLEMENTARIA:

- COM FER PRESENTACIONS EFICÀCES de VV.AA. Editorial: EDICIONES GESTION 2000 S.A. 2004
- CURS DE LIDERATGE (CD-ROM) de VV.AA. Editorial: Editorial: BEST BUSINESS SERVICE 2003

METODOLOGIA DOCENTE:

TEORÍA

- Explicación por parte del profesor, de cada uno de los puntos del programa

- Puesta en común y debate de cada uno de los puntos explicados por el profesor

PRÁCTICAS:

- Prácticas en clase de los alumnos, sobre los puntos comentados
- Conferencias/charlas realizadas por profesionales del sector

SISTEMA DE AVALUACIÓN:

El/la alumno/a, podrá superar la asignatura por medio de dos procedimientos:

3. Cumpliendo con los desarrollos propuestos en el apartado EVALUACIÓN CONTINUADA
4. Presentándose al examen oficial de junio o septiembre

EVALUACIÓN CONTINUADA

- Esta modalidad permite superar la asignatura, obteniendo un mínimo de cinco puntos realizando con la calidad esperada de un alumno de cuarto, los trabajos propuestos a lo largo del curso, consistente en el desarrollo de un proyecto personal y su defensa.

OTRAS CUESTIONES

Los trabajos deberán presentarse en la fecha designada o anterior, y dentro del horario de clase, no recepcionándose en ninguna otra circunstancia.

La asistencia a clase es obligatoria.

OBSERVACIONES

Para la realización de las clases se precisa un proyector de acetatos o proyector con pantalla y ordenador.

Fecha

Firma del Cap de Departament