

## **CURS ACADÈMIC: 2010-2011**

**LLICENCIATURA:** Comunicació Audiovisual

**CURS:** 4t

|                             |                                                  |
|-----------------------------|--------------------------------------------------|
| <b>Codi:</b>                | <b>20793</b>                                     |
| <b>Assignatura:</b>         | <b>Seminari Qüestions actuals de comunicació</b> |
| <b>Tipus d'assignatura:</b> | <b>Op</b>                                        |
| <b>Nº de crèdits:</b>       | <b>2</b>                                         |
| <b>Quadrimestre:</b>        | <b>2n</b>                                        |

### **OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:**

- Conèixer el mercat Audiovisual actual.
- Detectar mercats emergents i necessitats que puguin ser cobertes amb els coneixements assolits amb la llicenciatura.
- Preparar l'alumne per la seva incorporació al mercat laboral mitjançant tècniques relacionades amb els models actuals de comunicació.
- Les matèries tractades tenen com a finalitat proporcionar habilitats útils per l'alumne que necessitarà conèixer i aplicar en el seu desenvolupament professional, Així com aportar a l'estudiant un esquema pràctic de auto-ocupació.

### **TEMARI:**

#### **1. Panorama general de la comunicació en l'actualitat**

- Els poders públics i la comunicació actual.
- Exposició dels mitjans de comunicació més coneguts
- Anàlisi dels mitjans exposats
- Conclusions
- Assignació de feines per l'avaluació continuada

#### **2. Tipologia dels models de comunicació actuals**

- Estructures de funcionament dels mitjans més coneguts
- Anàlisi de necessitats
- Entorns de competència
- Assignació de feines per l'avaluació continuada

#### **3. Tendències i projecció futura del mercat Audiovisual**

- Internacionalització

- Liberalització
- Mercats emergents
- Avantatges i inconvenients

#### **4. Planificació professional**

- Primeres qüestions
- Detecció de necessitats en comunicació Audiovisual
- Recerca del valor diferencial
- Adequació al projecte personal. El C.V.
- Assignació de feines per l'avaluació continuada

#### **5. Eines de construcció i desenvolupament per la planificació professional**

- Creació i desenvolupament de projectes Audiovisual exportables
- El Pla d'empresa
- El full de ruta
- Creació d'eines de gestió
- Assignació de feines per l'avaluació continuada

#### **6. Legalitats relacionades amb el mercat Audiovisual actual**

- Disposicions legals afectes
- La LOPD, la LSSICE i d'altres disposicions relacionades amb les Noves Tecnologies
- Protecció del capital intel·lectual
- Estructures jurídiques més habituals
- Assignació de feines per l'avaluació continuada

#### **7. Tècniques actuals de comunicació comercial**

- La imatge personal
- La venda. Tècniques
- Llenguatge corporal
- Presentacions
- Assignació de feines per l'avaluació continuada

#### **8. La comunicació interna en organitzacions del sector Audiovisual actual**

- Comandament i lideratge
- Dinàmica de grups
- Negociació
- Marketing amb pressupost reduït
- Gestió òptima de recursos
- Financiació i empreses de capital risc

#### **9. Exposició i defensa de projectes**

### **BIBLIOGRAFIA**

## **BÀSICA:**

La bibliografia bàsica es fonamenta en la documentació facilitada a l'alumne i es complementa amb la següent:

- 40 ÈXITS EN COMUNICACIÓ de VV.AA, Editorial: PEARSON EDUCACION 2003
- ELS MEDIS DE COMUNICACIÓ A LA SOCIEDAD 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-VOLUCIONADA de [RICA, ENRIQUE DE LA](#) i [ARBONIES ORTIZ, ANGEL 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](http://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)

## **COMPLEMENTÀRIA:**

- [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 DOCENT:**

### **TEORIA**

- Explicació per part del professor, dels punts del programa
- Posada en comú i debat dels punts explicats pel professor

### **PRÀCTIQUES:**

- Pràctiques a classe dels alumnes, envers els punts tractats
- Conferències/col·loquis realitzats pels professionals del sector

## **SISTEMA D'AVALUACIÓ:**

L' alumne, pot superar l'assignatura per dos procediments:

1. Amb els treballs assignats a l' AVALUCIÓ CONTINUADA
2. Fent l'examen oficial de juny o setembre

### **AVALUACIÓ CONTINUADA**

- Aquesta modalitat permet superar l'assignatura, aconseguint un mínim de cinc punts realitzant els treballs proposats al curs i amb la qualitat corresponen a un alumne de quart, consistents en un treball personal i la seva defensa.

## ***ALTRES QÜESTIONS***

Els treballs deuran presentar-se en la data fixada o anterior, i dintre de l'horari de classe, no recepcionant-se en cap altre circumstància.

L'assistència a classe és obligatòria.

## **OBSERVACIONS:**

Per les classe cal projector de transparències o projector amb pantalla i ordinador.