

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**



**GRADO EN PROTOCOLO**

**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA  
UNIVERSITARIA**

**GUÍA DOCENTE**

**LENGUAJE ESCRITO, AUDIOVISUAL  
Y PUBLICITARIO**

**CURSO ACADÉMICO 2015-2016**

## 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

<b>Título:</b>	Grado de Protocolo y Organización de Eventos
<b>Facultad:</b>	Ciencias de la Comunicación
<b>Departamento/Instituto:</b>	Instituto Universitario de Protocolo
<b>Módulo:</b>	Comunicación
<b>Denominación de la asignatura:</b>	Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario
<b>Código:</b>	15010
<b>Curso:</b>	Primero
<b>Semestre:</b>	Segundo
<b>Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa):</b>	Básica
<b>Créditos ECTS:</b>	6
<b>Modalidad/es de enseñanza:</b>	Semipresencial
<b>Lengua vehicular:</b>	Castellano
<b>Página web:</b>	<a href="http://www.ucjc.edu">www.ucjc.edu</a>

## 2. REQUISITOS PREVIOS.

### Esenciales:

Los específicos del título

### Aconsejables:

Los específicos del título

## 3. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS.

### Campo de conocimiento al pertenece la asignatura.

Asignatura de Comunicación, de formación básica

### Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.

Está relacionada con las asignaturas de Teoría de la comunicación/ Habilidades de comunicación y pensamiento crítico y Locución y doblaje. Todas ellas inciden en la necesidad de que los graduados en protocolo conozcan el mundo de la comunicación lo más profundamente posible de cara a su futuro laboral.

### Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.

Se trata de una asignatura básica para los graduados en Organización de Eventos y Protocolo, ya que les aportará los instrumentos imprescindibles para saber qué necesitan los profesionales de la información a la hora de cubrir actos en prensa, radio y televisión. Si un acto no sale en prensa o en televisión, ese acto se hace invisible. Por ello es importante que conozcan lo más profundamente el mundo de la información. Descubrirán que el lenguaje en televisión, prensa y publicidad tiene sus propias reglas; hay que aprender a contar cualquier noticia de forma a la vez breve y completa, entendible, economizando términos y acoplado imagen, texto y sonido. Al pensar y trabajar como profesionales de la información, los alumnos de este grado aprenderán a identificar, nítidamente, lo que deben poner a disposición de los medios para que su tarea sea eficaz en la organización de cualquier tipo de eventos.

Será, también, una de sus primeras toma de contacto con los entresijos de los medios: los alumnos pasarán de ser meros espectadores a realizar los primeros análisis en profundidad y sus primeros trabajos prácticos.

El alumno, a lo largo de su vida profesional, deberá tener conocimientos teóricos y prácticos en muchas materias, pero si no sabe expresarlos con un lenguaje acorde a cada medio, estos conocimientos serán muchas veces inútiles. Se trata de que aprendan a hacerlo con un enfoque profesional y efectivo.

## 4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA.

COMPETENCIAS BÁSICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS BÁSICAS
<b>CG1:</b> 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	<b>Resultado de aprendizaje CG1.</b> Identificar las normas del lenguaje escrito, así como las desviaciones más frecuentes de dicha norma y aplicarlo en los textos escritos y en la expresión oral.
<b>CG3:</b> 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	<b>Resultado de aprendizaje CG3.</b> Saber exponer correctamente trabajos y proyectos llevados a cabo y realizar un análisis crítico de los mismos.
<b>CG4:</b> Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado	<b>Resultado de aprendizaje CG4.</b> Escribir correctamente textos periodísticos sencillos aplicados a los eventos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
<b>CE2:</b> Conocer e identificar los factores de comunicación que sirvan de soporte para su actividad	<b>Resultado de aprendizaje CE2:</b> Preparar un plan básico de comunicación de un evento
<b>CE3:</b> Ser capaz de entender el entorno empresarial del mercado de eventos	<b>Resultado de aprendizaje CE3:</b> Identificar la tipología y características del mercado de eventos y de las empresas que lo componen.
<b>CE6:</b> Capacidad para el uso adecuado de herramientas tecnológicas en las diferentes fases de la generación y presentación de proyectos, su producción y ejecución, para que los alumnos se expresen a través de imágenes, discursos audiovisuales o multimedia con la calidad técnica imprescindible	<b>Resultado de aprendizaje CE6:</b> Identificar y aplicar las herramientas de relaciones públicas que intervienen en la organización y difusión de eventos.
<b>CE10:</b> Capacidad para escribir con fluidez textos, documentación protocolaria,	<b>Resultado de aprendizaje CE10:</b> Elaborar guiones/escaleta de los eventos en los distintos

programas, escaletas y guiones en el campo de la organización de eventos, el protocolo, la producción de eventos y multimedia	lenguajes utilizados para su organización y/o difusión.
<b>CE11:</b> Capacidad para conocer herramientas del marketing y su aplicación a la gestión y organización de eventos	<b>Resultado de aprendizaje CE11:</b> Identificar las Fases de un Plan de Marketing.
<b>CE12:</b> Conocimiento del uso correcto oral y escrito de las lenguas propias y del inglés, con un nivel B1 como forma de expresión profesional en el ámbito de la organización y producción de eventos	<b>Resultado de aprendizaje CE12:</b> Reconocer los factores extralingüísticos que condicionan el uso del lenguaje y el significado que las expresiones lingüísticas adquieren en función del contexto.
<b>CE13:</b> Capacidad para aplicar de forma básica técnicas de negociación en el proceso que implica la organización de eventos, en especial, en aquéllos en los que el consenso condiciona la imagen pública de las instituciones y empresas	<b>Resultado de aprendizaje CE13:</b> Aplicar técnicas de comunicación interpersonal

## 5. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

### **Bloque 1.- CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN**

#### TEMA 1: INTRODUCCIÓN

- Introducción
- Ámbitos de la Información Audiovisual

#### TEMA 2: CONCEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

- Información flotante e información oculta
- Información en sentido restringido
- Información en sentido restringido o de actualidad
- Información de actualidad en sentido estricto: la noticia
- Componentes de la noticia
- Nuevos ámbitos y exigencias de la información audiovisual

#### TEMA 3: MEDIACIÓN AUDIOVISUAL DE LA INFORMACIÓN

- Acepciones de audiovisual
- Audiovisual natural y audiovisual tecnificado
- Evolución técnica de lo audiovisual
- Fundamentos biopsicológicos de la percepción
- Modelo del sistema expresivo audiovisual

### **Bloque 2.- COMUNICACIÓN VISUAL Y AUDIOVISUAL**

#### TEMA 4: EL LENGUAJE VISUAL

- Los signos visuales y su articulación
- Los códigos visuales
- El código perceptivo

- Códigos gráficos
- Códigos comunicativos
- Otras factores que influyen en el lenguaje visual

**TEMA 5: EL LENGUAJE AUDIOVISUAL: ELEMENTOS COMPOSITIVOS**

- El espacio
- El tiempo
- El movimiento
- El ritmo
- La escala
- El ángulo
- La iluminación
- El color
- El sonido
- La composición
- El montaje
- La escenografía
- El vestuario

**Bloque 3.- COMUNICACIÓN PUBLICITARIA**

**Tema 6. El lenguaje en publicidad**

- Comunicación comercial: la publicidad
- Elementos fundamentales en la publicidad.
- Diferencias y analogías entre el mensaje publicitario y el periodístico
- Principios fundamentales para escribir mensajes publicitarios
- Publicidad en los medios de comunicación de masas

**6. CRONOGRAMA**

UNIDADES DIDÁCTICAS / TEMAS	PERÍODO TEMPORAL
Tema 1	Febrero
Tema 2	Marzo
Tema 3	Abril
Tema 4	Abril
Tema 5	Mayo
Tema 6	Mayo

## 7. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

MODALIDAD ORGANIZATIVA	MÉTODO DE ENSEÑANZA	COMPETENCIAS RELACIONADAS	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL DE HORAS
Clase teórica	Lección magistral	CG1,CG3,CE 3, CE4, CE 15	13	15	28
Clases prácticas, (resolución de casos, experimentos y problemas)	Estudio de casos Aprendizaje basado en problemas	CG1,CG3, CE3	10	14	24
Trabajo en grupo	Aprendizaje orientado a proyectos Aprendizaje basado en problemas Aprendizaje cooperativo	CG1,CG3,CE4.	1	3	4
Debates dirigidos	Aprendizaje orientado a proyectos Aprendizaje basado en problemas Aprendizaje cooperativo	CG1,CG3,CE4.	1	3	4
Preparación clases teóricas y prácticas	Estudio y trabajo autónomo	CG1,CG3,CE 3 y CE4.	0	56	56
Tutorías (planteamiento y resolución de dudas sobre contenidos teóricos)	Tutorías presenciales y a través de TIC	CG1,CG3,CE 3, CE4 Y CE 15	7	5	12
Estudio Examen	Estudio y trabajo autónomo	CG1,CG3	0	22	22
Total de horas			32	118	150

## 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Estudio de casos prácticos y resolución de ejercicios y problemas	Resultados de aplicar los conocimientos adquiridos en cada uno de los módulos a diferentes ejercicios.	30%
Prueba final	Ajuste a los contenidos determinados por el programa	50%
Participación activa en el aula. Foros	Participación de los mismos en las diferentes clases y debates creados sobre la materia objeto de evaluación	10%

Asistencia	Asistencia de los alumnos a las clases teóricos y prácticas	10%
------------	---	-----

## CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

Los ejercicios y trabajos planteados se deberán entregar correctamente en el plazo marcado y en el plazo estipulado. No se aceptará ningún trabajo y ejercicio entregado fuera de plazo.

### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En convocatoria extraordinaria se aplicarán los mismos criterios que en convocatoria ordinaria.

### FALTAS DE ORTOGRAFÍA:

En cuanto a las faltas de ortografía, y como norma general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves se contabilizarán como dos puntos menos y tres faltas graves se contabilizarán como un suspenso en el ejercicio o examen que las contenga. Respecto a las faltas de ortografía leves (acentos y mayúsculas), cada dos faltas leves supondrán una grave con la misma equivalencia.

### FALTAS DE INTEGRIDAD ACADÉMICA:

Las faltas de integridad académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos, uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, etc.), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación, sin perjuicio de las acciones sancionadoras establecidas por la Universidad.

## 9. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

### Bibliografía básica

- BASSAT, L. (1999). *El Libro Rojo de la Publicidad*. Barcelona: Espasa Calpe
- BENAVIDES, J. L. Y QUINTERO, C. (2004). *Escribir En Prensa*. Madrid: Pearson Educación.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1998). *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Síntesis.

### Bibliografía complementaria

- BENAVIDES DELGADO, J. (2003). *Lenguaje Publicitario*. Madrid: Síntesis.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2001). *Información radiofónica. Mediación, técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2001). *Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Síntesis.
- DONDIS, D. A. (2004). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- GARCÍA UCEDA, M. 2011. *Las Claves de la Publicidad*. Madrid: ESIC
- MARTINEZ ABADIA, J. Y FERNÁNDEZ DIEZ, F. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós.



## 10.- OBSERVACIONES

### **LIBRO DE LECTURA OBLIGATORIA:**

Martinez Abadia, J. y Fernández Diez, F. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós.

Se evaluará conforme a los criterios generales de evaluación de la asignatura.