



Video corporativo y
producción de
eventos

Grado en Comunicación
Audiovisual
2023-24



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Video corporativo y producción de eventos

Titulación: Grado en Comunicación Audiovisual

Curso Académico: 2023-24

Carácter: Optativa

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Mónica Delgado Delgado

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1 Competencias

- Crear y desarrollar elementos gráficos, imágenes, audiovisuales y digitales.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad especialmente en los procesos comunicativos.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos audiovisuales.
- Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Desarrollar y demostrar iniciativa y espíritu emprendedor.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.

1.2 Resultados de aprendizaje

- Diseñar y planificar contenidos audiovisuales de carácter corporativo e institucional. Producir eventos que se adecuen a las necesidades estructurales de cada organización.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Nociones de los usos de un evento corporativo, incluyendo la innovación y recursos audiovisuales al alcance.

Aplicar las nociones de Comunicación Audiovisual al ámbito empresarial y Eventos

Optimizar el uso de materiales audiovisuales para crear un evento

2.3 Contenido detallado

1. Objetivos de un video corporativo. Tipos de video corporativo
2. La importancia del video corporativo.
3. ¿Qué debe tener un buen video corporativo? La significación del storytelling
4. La trascendencia del briefing para la elaboración de un video corporativo
5. Guion de video corporativo
6. Claves que garantizan el éxito de un video corporativo
7. La producción audiovisual con las redes sociales
8. Recursos en la producción de videos
9. El papel de las herramientas audiovisuales en los eventos. Guion de evento
10. Análisis de un evento con producción audiovisual

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares que supondrán un 25% de la evaluación final:

Actividad dirigida 1 (AD1): Realización de un guion para un video corporativo.

Actividad dirigida 2 (AD2): Búsqueda de videos con ejemplos de elementos gráficos, imágenes, audiovisuales y digitales. Innovación y nuevas tecnologías.

Actividad dirigida 3 (AD3): Análisis de un evento con producción audiovisual.

Actividad dirigida 4 (AD4): Creación de los elementos audiovisuales para el evento del grado en Publicidad: Tocados.

2.5. Actividades formativas

Clases de teoría y práctica: 29%, 43,5h. Lección magistral, ejercicios prácticos y seminarios
Todas las competencias de la materia. Presencialidad 100%.

Trabajo personal del alumno: 50%, 60h. Estudio de la materia, realización de ejercicios prácticos, exposiciones orales y multimedia. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 0%.

Tutorías: 10%, 15h. Trabajo personal tutorizado. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 50%.

Evaluación: 11%, 16,5h. Prueba final, ordinaria y extraordinaria. Autoevaluación de los resultados obtenidos. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 50%.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Prueba parcial	15%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	65%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Campos, G. (2008). Producción de eventos. La puesta en escena del protocolo. Ediciones Protocolo, Madrid.
- De Senillosa, B. (2006). El libro de la buena educación. El Aleph, Barcelona.
- Barriga Hidalgo, A. (2014): La creatividad en los eventos. Madrid. España. Ed. Protocolo.
- Fuente, C. (2007). Protocolo para eventos. Técnicas de organización de actos I. Ediciones Protocolo, Madrid.
- Fuente Lafuente, C. (2014): Manual práctico para la organización de eventos: Técnicas de organización de actos II. Madrid: Ediciones Protocolo.-Sánchez González, D. del M. (2016): Técnicas de organización de eventos. Madrid: Ed. Síntesis.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. Mónica Delgado Delgado
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciada
Correo electrónico	pendiente
Localización	Campus Princesa
Tutoría	Previa petición por mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Directora de comunicación corporativa de empresas, con amplia trayectoria profesional en Comunicación Corporativa, Relaciones institucionales y Marca, diseño y gestiono estrategias y procesos de comunicación y posicionamiento. Licenciada en CC Información, he ampliado mi formación con un postgrado de Comunicación Corporativa y Management en el IE Business School.</p> <p>Con dominio del inglés, mi experiencia ha sido variada y complementaria desarrollándose en medios, agencias de comunicación y relaciones públicas, agencias de eventos y en departamentos de comunicación y marketing de multinacionales. Uno de mis últimos logros ha sido liderar todo el proceso de lanzamiento y desarrollo del departamento de Comunicación de una empresa para toda Europa.</p> <p>Cuenta con experiencia en creación de eventos con materiales audiovisuales, Estos 17 años de evolución profesional, me han permitido adquirir la experiencia y desarrollar un perfil versátil con capacidad para coordinar una estrategia que aúne todas las áreas que ayudan al posicionamiento y reputación de marca: relaciones institucionales, estrategia B2B con socios y sector, relación con medios, eventos, estrategia B2C dirigido a captación y fidelización de clientes y también comunicación interna. He liderado políticas y procesos de gestión de crisis así como políticas de portavocía y preparación para hablar en público. He trabajado en sectores de retail, lujo, turismo e inmobiliario, principalmente.</p> <p>Experiencia docente en la materia Eventos Corporativos</p>
---	--