

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
NombreCompleto	Taller de Locución
Código	E000005114
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Cuarto Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dra. Maria Antònia Puigròs / Dr. Pedro Macías
Horario	Según conste en la web del centro
Horario de tutorías	Se comunicará al inicio de la asignatura
Descriptor	PUBLI. Estudio y práctica de las habilidades que permiten perfeccionar la locución en los medios audiovisuales (televisión y radio) utilizando el lenguaje de manera correcta desde el punto de vista de la gramática, la sintaxis y el vocabulario, así como de la dicción, el tono y la entonación.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Maria Antònia Puigròs Caldentey
Departamento / Área	Departamento de Lenguas
Correo electrónico	mpuigròs@cesag.comillas.edu
Profesor	
Nombre	Pedro Macías Rodríguez
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Correo electrónico	pmacias@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
Taller de locución se recomienda a aquellos alumnos que sientan especial interés hacia los medios audiovisuales como plataformas para proporcionar información actualizada, de entretenimiento y/o

publicitaria. Es una asignatura recomendable para completar tu formación si quieres trabajar como editor, productor y presentador en cualquier medio audiovisual o para desarrollar locuciones publicitarias.

Prerrequisitos

El documento de verificación de la titulación no exige ningún conocimiento previo.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG03	Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.
CG06	Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.
CG07	Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG09	Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.
CG10	Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.
CG14	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.

TRANSVERSALES

CT02	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT03	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.



CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT06	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
CT07	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
CT08	Trabajar en equipo.
CT10	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.
ESPECÍFICAS	
CE02	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
CE03	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
CE04	Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.
CE06	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria
CE09	Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.
Resultados de Aprendizaje	
RA1	Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.
RA2	Ejecutar los procesos de producción, dirección y postproducción de los diversos productos audiovisuales y/o publicitarios.
RA3	Conocer el funcionamiento y características del mercado audiovisual y publicitario.
RA4	Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.
RA5	Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones

	oportunas.
RA5	Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Tema 1. Respiración

Tema 2. Impostación

Tema 3. Articulación

Tema 4. Modulación adaptada a los diferentes medios y registros

4.1 Informaciones periodísticas

4.2 Divulgación

4.3 Entretenimiento

4.4 Publicidad

Tema 5. Corrección lingüística

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Para superar la asignatura es necesario tener todas las partes de las actividades de evaluación aprobadas con al menos un 5 sobre 10.

La no entrega de las actividades de evaluación en los tiempos definidos por el profesor acarreará la calificación de NO PRESENTADO.

Se tendrá especial cuidado en todo lo referente a la ORIGINALIDAD de los trabajos presentados y a la adecuada citación y utilización correcta de las fuentes.

La participación y la asistencia a las clases presenciales es esencial para la consecución de los objetivos competenciales de la materia. Tal y como señala el Reglamento General de la Universidad, la falta de asistencia a más de un tercio de las clases presenciales causará la pérdida del derecho a examen en las convocatorias ordinarias y extraordinaria, provocando que el alumno tenga que repetir la materia y asistir a las clases presenciales en el siguiente curso.

Las falta de competencia lingüística en el idioma en el que se realicen las pruebas de evaluación podrá ser motivo de suspenso (faltas de sintaxis, de léxico y de ortografía).



RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	
30,00	
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
45,00	
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prácticas desarrolladas en clase y fuera de clase	El alumno deberá obtener al menos un 5 sobre 10 para superar esta parte Si el alumno no supera esta parte la podrá recuperar en la segunda convocatoria del período matriculado	50 %
Prueba examinadora final de carácter práctico	El alumno deberá obtener al menos un 5 sobre 10 para superar esta parte Si el alumno no supera esta parte la podrá recuperar en la segunda convocatoria del período matriculado	40 %
Participación en las distintas actividades propuestas por los profesores (en clase, en tutorías, en foros...)	El alumno deberá obtener al menos un 5 sobre 10 para superar esta parte Si el alumno no supera esta parte NO la podrá recuperar en la segunda convocatoria del período matriculado	10 %

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Prácticas de clase	En clase	En clase



Prácticas fuera de clase	Al finalizar la explicación teórica correspondiente	Durante la semana siguiente a la finalización de la explicación teórica correspondiente
Prueba examinadora final	El último día de clase	En clase

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

BALSEBRE, Armand (1994): El lenguaje radiofónico. Madrid: Cátedra.

CORTÁZAR.M.I. i ROJO, BALBINO (2007): La veu en la docència. Conèixer la nostra eina de treball itenir-ne cura. Barcelona: Editorial Graó.

GASULL, GODALL, MARTORELL (2004): La veu: orientacions pràctiques, Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

GUTIÉRREZ GARCÍA, M. y PERONA PÁEZ, J.J. (2002): Teoría y técnica del lenguaje radiofónico. Barcelona: Bosch.

HUERTAS BAILÉN, A. y PERONA PÁEZ, J.J. (1999): Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Barcelona: Bosch.

MARTÍNEZ-COSTA, M^a. del P. y DÍEZ UNZUETA, J.R. (2005): Lenguaje, géneros y programas de radio. Introducción a la narrativa radiofónica. Navarra: Eunsa.

MORENO ESPINOSA, Pastora (1998): Curso de redacción periodística en prensa, radio y televisión. Sevilla: Editorial MAD.

TOLOSA, FERNÁNDEZ, CERDÀ (2001): La veu, eina fràgil. Barcelona: Edicions Ferran Sintes.