



Centro adscrito a



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

Guía Docente 2024/2025

LENGUAJE ESCRITO, AUDIOVISUAL Y PUBLICITARIO

Modalidad: Presencial – A distancia

**Grado en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales**

Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario

CURSO	MÓDULO	MATERIA	CARÁCTER	SEMESTRE	CRÉDITOS
1º	FUNDAMENTOS BÁSICOS	LENGUA	BÁSICA	Primero	6 ECTS

Titulación: Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales.

Centro: IMEP en C/Arzobispo Loaces, 3 (Alicante).

Idioma: Castellano

Horario de atención a los alumnos: miércoles de 10:00 h a 14:00 h (previa solicitud de cita vía email).

1. Profesorado

Paula González Redondo: paula.gonzalez@protocoloimep.com

Horario	Salidas académicas / Visitas al centro	Exámenes
Miércoles 10:00 h – 14:00 h	Salida 1: <i>Pendiente visita a exposición</i> Fecha: (Por determinar)	Ordinaria presencial 29 ENERO 10h-12h
	Visitas: Pendientes de confirmar con los Ponentes	Ordinaria a distancia 18 ENERO 12h-14h
		Extraordinaria presencial 3 SEPTIEMBRE 10h- 12h
		Extraordinaria a distancia 3 SEPTIEMBRE 10h- 12h

Recomendaciones para la asignatura

- Leed la guía docente con detenimiento.
- Resolved cualquier cuestión relacionada con la materia con la mayor antelación posible para que podáis planificar vuestro trabajo de la manera más adecuada.
- Prestad atención a las recomendaciones del profesorado sobre los materiales complementarios.
- Se recomienda leer previamente el contenido teórico y práctico publicado en la plataforma virtual al inicio de curso para una mejor asimilación del contenido.
- Revisad la bibliografía recomendada.
- Cumplid escrupulosamente los plazos de entrega tanto de tareas como de las prácticas.

En la Modalidad a Distancia, además:

- Leed previamente el contenido teórico y práctico publicado en la plataforma virtual antes de la visualización de las diferentes píldoras formativas y blackboards.
- Remitid vía e-mail las posibles dudas que puedan surgir tras la lectura del temario o prácticas, para que puedan ser resueltas a través del correo electrónico o vía blackboards.
- Visualizad las píldoras formativas del campus virtual para una mejor comprensión y asimilación del contenido.

Mecanismos de coordinación docente

En la actualidad dentro de IMEP, se ha creado la figura del Coordinador del Grado, que recae en la figura del Director de Grado. Será él quien se encargue de establecer las reuniones necesarias para:

- Coordinar las actividades docentes dentro de una misma área de especialización.
- Compartir recursos y materiales docentes.
- Poner en común criterios que aplican los docentes para evaluar la adquisición.
- Revisar contenidos y métodos para evitar las duplicidades entre asignaturas.
- Intercambiar experiencias docentes.

2. Descripción de la asignatura

Esta asignatura, aspira a que el alumnado sea capaz de construir un saber tanto teórico como práctico que les llegue a capacitar para reflexionar y comprender el lenguaje escrito, audiovisual y publicitario. Además de desarrollar la capacidad creativa hacia la innovación publicitaria. Aprenderán a reconocer e identificar las diferentes herramientas que se emplean para dar forma a diferentes productos publicitarios y audiovisuales.

3. Competencias básicas, generales y específicas

a. Competencias básicas y generales

CG1 - Capacidad de identificación, interpretación, formulación y resolución de problemas básicos de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

CG11 - Capacidad de trabajo en equipo - Exclusivamente grupo presencial.

CG13 - Capacidad de consolidación, ampliación e integración de los conocimientos fundamentales de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

CG6 - Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos.

CG7 - Capacidad crítica y analítica en el área de especialidad correspondiente.

CG8 - Capacidad para la evaluación, optimización y confrontación de criterios para la toma de decisiones.

CG9 - Capacidad de comunicación en lenguajes formales, gráficos y simbólicos y mediante la expresión oral y escrita.

b. Competencias y específicas

CE2 - Capacidad para comunicarse a un nivel B1 en idiomas extranjeros.

CE6 - Capacidad para mejorar las habilidades y recursos profesionales dirigidos al desarrollo e innovación de las corporaciones públicas y privadas

CE9 - Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena del proyecto

4. Contenidos

Clases teóricas

TEORÍA

Tema 1. La Comunicación en todas sus vertientes.

- 1.1. Comunicación global.
- 1.2. La persuasión en comunicación.
- 1.3. Comunicación creativa.

Tema 2. Lenguaje Escrito.

- 2.1. Características de la comunicación escrita.
- 2.2. Tipos de lenguaje escrito.
- 2.3. Diferencias entre lenguaje escrito y oral.
- 2.4. Procesos para desarrollar el lenguaje escrito.

Tema 3. Lenguaje Publicitario.

- 3.1. El eslogan.
- 3.2. Estructura del anuncio publicitario.

Tema 4. El mensaje adaptado a los medios.

- 4.1. El mensaje en los medios.
- 4.2. Publicidad en función del contenido, canal y objetivos.

Tema 5. Estrategia de Marketing Publicitario.

- 5.1. La promoción.
- 5.2. Tipos de estrategias de marketing.
- 5.3. La publicidad en Redes Sociales.
- 5.4. Eficacia del anuncio publicitario.
- 5.5. La marca.

Tema 6. Elementos en Medios Audiovisuales.

- 6.1. Elementos del lenguaje publicitario.
- 6.2. Lenguaje audiovisual aplicado en redes sociales.
- 6.3. Herramientas de edición.
- 6.4. Tipos de contenido en redes sociales y puesta en marcha:
 - Instagram
 - Tik Tok
 - Facebook

Clases prácticas

Durante todas las sesiones se realizará una parte práctica, a través de la presentación de casos reales, para asentar conceptos y avanzar en los propósitos de la asignatura. Para ello, en cada clase semanal, se podrán iniciar en clase los diferentes talleres y/o prácticas relacionadas con la materia impartida por el docente o bien por la participación de algún invitado presencial, por videoconferencia o visita a una entidad.

PRÁCTICA

Tema 3 - Práctica 1. Lenguaje Publicitario

- Realizad la creación de anuncios publicitarios para varias marcas

Tema 5 - Práctica 2. Estrategia de Marketing Publicitario

- Creación de un evento eficaz para una marca

Tema 6 - Práctica 3. Planos audiovisuales.

- Identificad los tipos de planos de varios frame de películas elegidas

5. Metodología

Presencial

Clases Teóricas

La metodología empleada para esta asignatura será de sesiones presenciales en las que se combinarán exposiciones teóricas, participación de profesionales externos mediante visitas al centro o por videoconferencia. Todo ello, con la finalidad de promover dinámicas de participación. Igualmente, se fomentará el aprendizaje autónomo a través de la investigación y el trabajo individual mediante técnicas que potencien la creatividad, la participación y el interés por los diferentes temas tratados.

Clases Prácticas

Los alumnos aplicarán, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados y analizados por el docente en el aula, mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

A distancia

Clases Teóricas

En la modalidad a distancia, la única variación metodológica será que las sesiones presenciales se sustituyen por videos resumen de los temas y sesiones virtuales donde se explicarán los conceptos fundamentales, así como las dudas del alumnado; además se podrán desarrollar talleres, debates, etc. El resto de los aspectos metodológicos es idéntico al planteado en las sesiones presenciales.

- **Lección 0:** Presentación.
- **Lección 1:** La Comunicación en todas sus vertientes.
- **Lección 2:** Lenguaje Escrito.
- **Lección 3:** Lenguaje Publicitario.
- **Lección 4:** El mensaje adaptado a los medios.
- **Lección 5:** Estrategia de Marketing Publicitario.
- **Lección 6:** Elementos en Medios Audiovisuales

Además se realizarán 15 blackboards para la exposición teórica de contenidos que como mínimo, tratarán los siguientes puntos:

- **Blackboard 1:** Presentación y explicación de la asignatura.
- **Blackboard 2:** Tema 1
- **Blackboard 3:** Temas 1
- **Blackboard 4:** Tema 1
- **Blackboard 5:** Temas 2
- **Blackboard 6:** Tema 2
- **Blackboard 7:** Temas 3
- **Blackboard 8:** Temas 3
- **Blackboard 9:** Temas 4
- **Blackboard 10:** Tema 4
- **Blackboard 11:** Tema 5
- **Blackboard 12:** Tema 5
- **Blackboard 13:** Tema 6
- **Blackboard 14:** Tema 6
- **Blackboard 15:** Resolución de dudas y explicación de la evaluación final.

Clases Prácticas

Los alumnos aplicarán, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados y analizados por el docente a lo largo del temario, de las píldoras formativas y de las blackboards realizadas, mediante la puesta

en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

6. Atención a la diversidad

Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales:

- Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- Cooperación y ayuda entre el alumnado y el docente con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- Promover la puesta en común de experiencias y vivencias.
- Facilitar la interacción comunicativa entre el alumnado a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

7. Resultados de aprendizaje

Los alumnos de la asignatura “Lenguaje Escrito, Audiovisual y Publicitario” obtendrán los siguientes resultados de aprendizaje:

1. Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para la resolución de problemas relacionados con el lenguaje empleado en los productos publicitarios.
2. Utilizar técnicas creativas en el empleo del lenguaje en las campañas de publicidad.
3. Organizar y saber utilizar la información procedente de diversos contextos.
4. Adquirir e implantar estrategias de colaboración y habilidades que favorezcan el trabajo en equipo.
5. Conocer la base de los fundamentos teóricos del lenguaje aplicando la publicidad audiovisual y escrita.
6. Conocer y utilizar las posibilidades que ofrece el lenguaje publicitario.
7. Identificar los elementos propios del lenguaje escrito y audiovisual para la creación de todo tipo de productos.

8. Sistema de evaluación

Presencial

Convocatoria Ordinaria - Evaluación Continua

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos, talleres, casos prácticos en clase, previo estudio individual por parte del alumno. También se podrá establecer un trabajo en grupo.

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Prueba escrita individual: 50%.
- Trabajos obligatorios: 50%.

El examen consta de preguntas y caso práctico.

*Las prácticas, la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5

Convocatoria Ordinaria - Evaluación No Continua

La calificación final será el resultado de una prueba escrita individual:

- Pruebas escrita individual teórico práctico: 100%

El examen consta de preguntas y caso práctico

*El alumno superará la asignatura si el examen lo ha superado con un 7

Convocatoria Extraordinaria - Evaluación Continua

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Prueba escrita individual: 50%.
- Trabajos obligatorios: 50%.

El examen consta de preguntas y caso práctico

*Las prácticas, la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5

Convocatoria Extraordinaria - Evaluación No Continua

La calificación final será el resultado de una prueba escrita individual:

- Pruebas escrita individual teórico práctico: 100%

El examen consta de preguntas y caso práctico

*El alumno superará la asignatura si el examen lo ha superado con un 7

Común para todos los tipos de evaluaciones:

PÉRDIDA DEL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA:

Perderá el derecho a la evaluación continua, todo aquel alumno/a que tenga 4 faltas (no justificadas).

El alumno/a superará la asignatura cuando la media ponderada sea igual o superior a 5 puntos y se hayan superado todas las partes que componen el sistema de evaluación cuya ponderación global sea igual o superior al 20%.

En caso de que no se supere la asignatura en la Convocatoria Extraordinaria, no contarán las partes aprobadas para sucesivos cursos académicos.

Talleres, seminarios y prácticas:

- Al inicio del curso, se publicará en la plataforma virtual, todas las tareas a desarrollar, así como las fechas máximas de entrega. Las entregas se realizarán a través de la misma plataforma. En caso de que alguna tarea no se entregue en tiempo y forma, o se entregue fuera de plazo, no será evaluada y se obtendrá la calificación de 0 en esa tarea específica.
- Las faltas de ortografía en los trabajos y el no cumplimiento con las normas de estilo propuestas, serán aspectos penalizados en las calificaciones (entre un 5% y un 15% menos). Además, el plagio total o parcial, así como el uso de la inteligencia artificial, conllevará la sanción correspondiente por parte del centro educativo y la pérdida de la convocatoria correspondiente.

A distancia

Convocatoria Ordinaria - Evaluación Continua

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos, talleres, casos prácticos en clase, previo estudio individual por parte del alumno. También se podrá establecer un trabajo en grupo.

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Prueba escrita individual: 50%.
- Trabajos obligatorios: 50%.

El examen consta de preguntas y caso práctico.

*Las prácticas, la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5.

Convocatoria Ordinaria - Evaluación No Continua

La calificación final será el resultado de una prueba escrita individual:

- Pruebas escrita individual teórico práctico: 100%

El examen consta de preguntas y caso práctico.

*El alumno superará la asignatura si el examen lo ha superado con un 7.

Convocatoria Extraordinaria - Evaluación Continua

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Prueba escrita individual: 50%.
- Trabajos obligatorios: 50%.

El examen consta de preguntas y caso práctico

*Las prácticas, la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5.

Convocatoria Extraordinaria - Evaluación No Continua

La calificación final será el resultado de una prueba escrita individual:

- Pruebas escrita individual teórico práctico: 100%

El examen consta de preguntas y caso práctico.

*El alumno superará la asignatura si el examen lo ha superado con un 7.

Común para todos los tipos de evaluaciones:

PÉRDIDA DEL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA:

Perderá el derecho a la evaluación continua, todo aquel alumno/a que tenga 4 faltas (no justificadas).

El alumno/a superará la asignatura cuando la media ponderada sea igual o superior a 5 puntos y se hayan superado todas las partes que componen el sistema de evaluación cuya ponderación global sea igual o superior al 20%.

En caso de que no se supere la asignatura en la Convocatoria Extraordinaria, no contarán las partes aprobadas para sucesivos cursos académicos.

Talleres, seminarios y prácticas:

- Al inicio del curso, se publicará en la plataforma virtual, todas las tareas a desarrollar, así como las fechas máximas de entrega. Las entregas se realizarán a través de la misma plataforma. En caso de que alguna tarea no se entregue en tiempo y forma, o se entregue fuera de plazo, no será evaluada y se obtendrá la calificación de 0 en esa tarea específica.
- Las faltas de ortografía en los trabajos y el no cumplimiento con las normas de estilo propuestas, serán aspectos penalizados en las calificaciones (entre un 5% y un 15% menos). Además, el plagio total o parcial, así como el uso de la inteligencia artificial, conllevará la sanción correspondiente por parte del centro educativo y la pérdida de la convocatoria correspondiente.

Planificación de actividades de aprendizaje

Modalidad presencial

Tipos de actividades	Horas
Clases teóricas	25
Otras Actividades	9
Clases prácticas	35
Seminarios	8
Trabajos en grupo	18
Tutorías	10
Otras actividades: tareas compartidas	8
Preparación clases teoría	12
Preparación trabajos clases prácticas	17
Estudio de exámenes	8
Total volumen trabajo del alumno	150

Modalidad a distancia

Tipos de actividades	Horas
Clases teóricas	25
Otras Actividades	35
Clases prácticas	8
Seminarios	18
Trabajos en grupo	10
Tutorías	8
Otras actividades: tareas compartidas	11
Preparación clases teoría	17
Preparación trabajos clases prácticas	17
Estudio de exámenes	8
Total volumen trabajo del alumno	150

Cronograma

Semanas	Tema	Resultado del aprendizaje	Actividad práctica/metodología	Sistema de evaluación	Porcentaje
1	1	1,2,3,4,5,6,7	Presentación asignatura Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
2	1	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
3	2	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
4	2	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
5	3	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
6	3	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
7	4	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
8	4	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
9	5	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
10	5	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
11	5	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
12	6	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
13	6	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
14	6	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%
15	6	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	3,33%

Actividad extraordinaria

Semanas	Tema	Resultado del aprendizaje	Actividad práctica/metodología	Sistema de evaluación	Porcentaje
16	Examen final	1,2,3,4,5,6,7	Examen Final	Evaluación continua	50%

11. Bibliografía recomendada

Carvajal Sáenz de Heredia, A. (2016a). *El proceso de producción audiovisual publicitario*. Sevilla: Punto Rojo.

Carvajal Sáenz de Heredia, A. (2016b). *La realización audiovisual publicitaria*. Sevilla: Punto Rojo.

Costa, C. V. (2019). *Comunicación de crisis, redes sociales y reputación corporativa: Un estudio sobre el uso de las redes sociales como un discurso contrario a una campaña publicitaria*. ESIC Editorial.

Díaz, P. y García, L. (2016). *Fashion films as a new communication format to build fashion brands*. *Communication and Society*, 29(2), 45-61. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5680821>.

Fernández Gómez, D. y Rubio Hernández, M.M. (2019). *Géneros narrativos audiovisuales en publicidad*. Madrid: Anaya.

García, A. M., & Más, J. S. V. (2019). Evolución del product placement: del cine de Hollywood a las redes sociales. *Investigar las redes sociales. Un acercamiento interdisciplinar*.

Polo, J. R., y Guzmán, A. E. (2018). El discurso publicitario y el aprendizaje de la lectura comprensiva. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 22(4), 489-503.

Proferes, N. T. (2017). *Film Directing Fundamentals: see your film before shooting*. Taylor & Francis.

Muller, K. (2016). El papel de las marcas en la nueva era de la comunicación publicitaria. *Opción*, 32(12), 39-65.

Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI editores.

Enlaces web:

- <https://museosmetromadrid.es/museos/estacion-de-chamartin/>

- https://caixaforum.org/es/madrid/p/toulouse-lautrec-y-el-espiritu-de-montmartre_a928053
- https://verne.elpais.com/verne/2016/12/01/articulo/1480586756_151419.html

Documentación adicional:

- **Libro Blanco Publicidad Programática**
<https://www.anda.cl/wp-content/uploads/2021/08/libro-blanco-programatica-iab-spain-2021-c2.pdf>https://www.ine.es/prensa/cst_2021.pdf
- **Festivales Publicitarios Nacionales e Internacionales**
<https://www.elpublicista.es/enlaces/festivales-publicitarios>

12. Actividades formativas

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del alumnado. Toda la información se puede consultar en el campus virtual, en los diferentes perfiles oficiales de las redes sociales y en la página web del centro: www.protocoloimep.com.

13. Tutorías

Modalidad presencial

El alumnado que esté interesado deberá solicitar a través de correo electrónico, una tutoría personal con secretaria técnica para resolver cualquier duda o aclaración académica que sea necesaria. Tras la recepción del correo, secretaria técnica se comunicará con el docente y establecerá el horario y fecha idónea para la realización. La tutoría tendrá lugar en la sede de IMEP en Alicante o por videoconferencia.

Modalidad a distancia

En el caso de la modalidad a distancia, se seguirá el mismo procedimiento que en el caso anterior, salvo en lo referente al lugar de realización de la tutoría, ya que, en esta modalidad, la tutoría se realizará mediante el uso de videoconferencia.