



## SÍLABO

AREA	:	COMUNICACIONES		
CURSO	:	<b>TALLER DE VIDEO EMPRESARIAL</b>		
PRE – REQUISITOS	:	EDICIÓN AUDIOVISUAL IMAGEN INSTITUCIONAL		
CREDITOS	:	3	HRS. TEORIA: 2	HRS. PRACTICA: 2
PERIODO	:	2011 – II		
PROFESOR	:	ENRIQUE MARTIN HARO	EMAIL: pr.eharo@u.sil.edu.pe	
COORDINADOR	:	RICARDO RAMOS JARAMILLO	EMAIL: rramos@usil.edu.pe	

### I SUMILLA

Curso teórico-práctico que proporciona a los alumnos conocimientos sobre el lenguaje, planificación y desarrollo de técnicas audiovisuales en función de la realización de videos institucionales y documentales.

### II COMPETENCIA GENERAL

Al terminar el curso el alumno será capaz de:

- Manejar las herramientas adecuadas para la realización de videos institucionales y documentales competitivos, para asumir retos en el ámbito profesional aplicado y desarrollar diferentes técnicas, estrategias y metodologías de acuerdo a las características particulares de cada proyecto audiovisual.
- Determinar las operaciones que conforman el proceso de producción de videos institucionales y documentales, desde la selección y objetivos del tema, el lenguaje, los contenidos visuales, los textos, los escenarios y otros.
- Tener una visión especializada de los grandes campos de acción que tiene el video institucional y documental para la sociedad moderna en función de la consolidación de la imagen de las empresas.

### III METODOLOGIA

El taller combina la participación activa en clase y el análisis de estrategias para la realización y desarrollo de proyectos de videos institucionales y documentales prácticos, mediante trabajos asignados, proyectos, exposiciones personales y la teoría proporcionada por el profesor. En las clases se utilizarán materiales audiovisuales complementarios para ejemplificar y lograr una visión integral, así como para motivar a los alumnos.

<b>IV. CONTENIDOS</b>				
<b>Unidad I: Introducción</b>				
<b>S</b>	<b>H</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS</b>	<b>Actividades / Medios</b>
1-2	8	La comunicación instucional. Concepto de comunicación institucional. Públicos de la comunicación institucional. Público Intra-institucional. Público extra-institucional.	Define los alcances y ventajas de la comunicación institucional. Explica sus características de manera teórico práctica.	EJERCICIO UNO Elaboración de un spot promocional de valores. Grabación y edición con música y locución
Bibliografía de la Unidad: (2)				
<b>Unidad II: La imagen de la institución en video</b>				
<b>S</b>	<b>H</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS</b>	<b>Actividades / Medios</b>
3-4	8	La imagen de la institución como instrumento comunicativo. Lenguaje, características, ventajas.	Explica los medios más utilizados por las instituciones para hacerse conocer.	Visionado de trabajos promocionales, institucionales y documentales. Casos.
Bibliografía de la Unidad: (2), (4)				
<b>Unidad III: El video promocional</b>				
<b>S</b>	<b>H</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS</b>	<b>Actividades / Medios</b>
5-7	8	El video promocional. Definición Clasificación. Diferencias y semejanzas con el documental. medios promocionales en la institución.	Analiza el video promocional, sus características, el lenguaje, sus similitudes con el lenguaje del documental y sus diferencias por el uso.	EJERCICIO DOS Elaboración de un video de capacitación de un aparato, máquina o mecanismo. Grabación y edición con música y locución.
Bibliografía de la Unidad : (1)				
<b>Unidad IV: El video institucional</b>				
<b>S</b>	<b>H</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS</b>	<b>Actividades / Medios</b>
8-10	12	El video institucional. Definición. Clasificación. Como guionizar un institucional.	Se definen los alcances del video institucional de manera teórica y práctica, aplicando los conocimientos previamente obtenidos	EJERCICIO TRES Elaboración de un video institucional INTERNO. Grabación y edición con música y locución
Bibliografía de la Unidad: (2), (3)				
<b>Unidad V: Pre-producción y realización del video Institucional</b>				
<b>S</b>	<b>H</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS</b>	<b>Actividades / Medios</b>
11-12	12	Brief de la empresa escogida. Elaboración del guión. Realización del video institucional.	Se hace el desglose de producción, plan de rodaje y elección del equipo de realización.	EJERCICIO CUATRO Presentación del guión
Bibliografía de la Unidad: (3), (5)				
<b>Unidad VI: Post-producción</b>				
<b>S</b>	<b>H</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS</b>	<b>Actividades / Medios</b>
13-14	12	Post-producción del video institucional. Locución, musicalización masterización y presentación del producto final. DVD, VCD, CD card o cinta	Se elige la mejor opción de acabado para el video, para entregar al cliente.	EJERCICIO FINAL Grabación y Edición del trabajo final.
Bibliografía de la Unidad: (4)				



## V. EVALUACION

### Ponderación para el cálculo de la Nota Final del curso

<u>N°</u>	<u>Tipo de Evaluación</u>	<u>Porcentaje</u>
<u>1</u>	<u>Evaluación Permanente</u>	<u>100 %</u>

### Ponderación y Cronograma para la nota de Evaluación permanente (100%)

<u>Tipo de Evaluación</u>	<u>N°</u>	<u>Ponderación Desagregada (%)</u>	<u>Semana</u>	<u>Fecha</u>
<b>Prácticas</b>	<u>1</u>	<u>Práctica 1</u> Video de valores (50%)	<b>4</b>	9/9/11
	<u>2</u>	<u>Práctica 2</u> Video de capacitación (50%)	<b>7</b>	30/9/11
	<b>TOTAL 60%</b>			
<b>Trabajo final</b>	1	Trabajo (100%)	<b>14</b>	25/11/11
	<b>TOTAL 40%</b>			

## VI BIBLIOGRAFIA

- [1] Villafañe, Justo. La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid Pirámidae
- [2] Carpio Valdez, Santiago. Produccion audiovisual. Lima: Universidad de Lima, 1997.
- [3] Losada Díaz, Jose Carlos. Gestión de la comunicación en las organizaciones. Barcelona; Ariel 2004
- [4] Martinez Abadia, Jose Vila Fumas, Pere Arques Marti, Jordi. Manual basico de tecnologia audiovisual y tecnicas de creacion, emision y difusion de contenidos. Barcelona : Paidos, 2004. p.
- [5] : Seger, Linda. Cómo llegar a ser un guionista excelente. /Madrid : Rialp, 2001.
- [6] Fernandez Diez, Federico Martinez Abadia, Jose. La direccion de produccion para cine y television. Barcelona: Paidos, 1996. 169p.