

CURSO DE FORMACIÓN PRESENCIAL PARA EL PDI

Título del curso
MEDIA TRAINING

Coordinador	¿Participa como formador? Sí
Nombre y apellidos: Lucía Benítez Eyzaguirre	Correo electrónico: Lucia.benitez@uca.es
Centro: Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación	Universidad / Empresa: Universidad de Cádiz
Categoría profesional: Profesora Titular de Universidad	Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Receptores de la formación
Perfil del PDI al que recomienda esta formación: Todo el Personal Docente e Investigador
Requisitos previos que deben cumplir los receptores para poder acceder a esta formación: Ninguno

Planificación		
Duración total del curso en horas: 12	Número de sesiones presenciales: 3	Duración en horas de cada sesión presencial: 4
Fecha, horario y lugar de realización: Se van a realizar cuatro ediciones de este curso: CAMPUS DE JEREZ: 18 de enero, 25 de enero y 1 de febrero de 2021 de 10:00h a 13:00h en el plató de televisión del INDESS CAMPUS DE CÁDIZ: 19 de enero, 26 de enero y 2 de febrero de 2021 de 10:00h a 13:00h en el aula de docencia A 2.7 de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales CAMPUS DE ALGECIRAS: 20 de enero, 27 de enero y 3 de febrero de 2021 de 10:00h		

a 13:00h en el aula de docencia A 0.3 de la Escuela Politécnica Superior de Algeciras (EPSA)

CAMPUS DE PUERTO REAL: 21 de enero, 28 de enero y 4 de febrero de 2021 de 10:00h a 13:00h en el aula 01 del aulario norte del edificio Aularios Río San Pedro.

<p>¿Requiere soporte en el Campus Virtual? No</p>	<p>Recursos que requiere para impartir la actividad: Cámara de video</p>
--	---

Beneficios para la docencia, para la investigación y/o para la gestión

En la actualidad todas las organizaciones, empresas e instituciones tienen la necesidad de dar a conocer sus logros, conectar con la sociedad, que hace imprescindible dominar las habilidades y herramientas para formular mensajes claros y adecuados al público objetivo. Esta formación propone la capacidad de identificar los canales y formatos apropiados para transmitir de forma sencilla ideas complejas, así como para comprender la importancia de la comunicación para el logro de sus objetivos y la necesidad de trasladar de manera efectiva los mensajes previamente diseñados.

El curso se plantea como un taller para el entrenamiento de las competencias de comunicación, con recomendaciones para el óptimo desenvolvimiento de los investigadores y docentes en medios de comunicación masiva, **por ello se solicitará un trabajo personal de cara a la segunda y tercera sesión.** La divulgación de la ciencia se ha identificado como uno de los ejes principales del quehacer universitario, con el objetivo de que los resultados de las investigaciones que se obtienen en las universidades sean más interesantes y accesibles a la ciudadanía.

Esta formación también introduce en los principios de la comunicación audiovisual, imprescindible en la actualidad ante las transformaciones fruto de la digitalización y del auge de la teledocencia. La capacidad comunicativa, de síntesis y la adaptación a los formatos audiovisuales son imprescindibles en el contexto actual en que la pandemia ha forzado la necesidad de otras estrategias docentes, a la vez que se generalizan formatos de congresos, reuniones y seminarios digitales o webinar.

Competencias que se desarrollan en el curso

Capacidad y habilidad para ejercer la comunicación institucional, docente y científica.

Capacidad para comunicarse eficaz y correctamente, y persuadir de manera responsable y asertiva.

Capacidad y habilidad para identificar y gestionar activos intangibles (identidad e imagen corporativa), añadiendo valor y servicios y reforzando la reputación.

Saber afrontar los proyectos y la toma de decisiones con perspectiva, empatía y autocrítica.

Entender los mecanismos de funcionamiento de la comunicación interna de las organizaciones, y saber plantear estrategias para la misma.

Capacidad para comprender la dinámica de los medios de comunicación de masas y digitales, y afrontar estrategias de comunicación.

Objetivos

Generales:

Entender la importancia de la comunicación verbal y no verbal.

Saber comunicar un mensaje concreto, estructurar un discurso, canalizar adecuadamente una idea.

Manejar las reglas fundamentales de la retórica y la oratoria para construir un mensaje persuasivo.

Desarrollar habilidades que permitan un óptimo contacto con medios de comunicación.

Proyectar una imagen confiable, responsable y profesional a través de los medios de comunicación.

Específicos:

Dominar las habilidades comunicativas para transmitir los mensajes clave ante una audiencia determinada.

Conocer y aplicar herramientas para afrontar una entrevista o una declaración ante medios de comunicación.

Evaluación práctica de la comunicación ante una cámara de televisión.

Mostrarse con familiaridad y seguridad ante una cámara.

Contenidos

Características de la televisión y la imagen audiovisual.

El portavoz: figura, funciones, habilidades. El público: Identificación y segmentación del público destinatario.

El mensaje: estructura y lenguaje. El arte de resumir: organización de ideas, palabras-clave y prioridades. El control del tiempo.

Técnicas y ejercicios para una mejor expresión oral. Técnicas respiratorias. Cómo mejorar la dicción. Técnicas para la elaboración de discursos. Hablar en público y convencer a un auditorio. Discurso persuasivo. Técnicas de improvisación.

La comunicación verbal y no verbal. Recursos para llamar la atención. El lenguaje gestual. Técnicas para generar ideas y mejorar nuestros mensajes.

Los canales de comunicación: medios convencionales y medios digitales. La entrevista y las estrategias de respuesta. Técnicas para hablar ante un micrófono y una cámara.

Imagen personal y profesional. La vestimenta y el lugar. Errores en la comunicación a cámara.

Los formatos comunicativos: entrevista, rueda de prensa, las respuestas. Los comunicados y las presentaciones. Formatos y mensajes de la comunicación digital. El mensaje audiovisual en las redes.

Comunicación de crisis: ¿Cómo gestionar una crisis? Manual de crisis. El portavoz en situaciones de crisis.

Comunicación interna.

Metodología

A partir de una exposición teórica sobre los conceptos básicos de la comunicación audiovisual y a cámara, se pretende exponer los contenidos teóricos de forma estructurada para facilitar la comprensión de la materia y su posterior aplicación práctica. La exposición irá acompañada de ejemplos, estudio de casos, y resolución de problemas.

Clases prácticas: la metodología para este tipo de clases variará en función de los ejemplos que la actualidad ofrezca en cada momento. Las sesiones prácticas consistirán en el análisis individual o en grupo de exposiciones orales y comunicación no verbal, en primer lugar, para pasar después al entrenamiento activo y visualización de los resultados de la exposición oral en público y ante la cámara. El análisis crítico de los resultados servirá para modificar las estrategias comunicativas y mejorar los resultados. Por tanto, se desarrollará a partir de metodologías de aprendizaje basado en casos y en aprendizaje recíproco.

Evaluación

La evaluación se realizará a partir de la exposición ante cámara de los resultados de una investigación, la producción y exposición de una mensaje institucional o corporativo o didáctico, en el que se valorará: la capacidad para comunicar un mensaje concreto, estructurar un discurso, canalizar adecuadamente una idea, la habilidad para transmitir los mensajes ante una audiencia determinada y el dominio para proyectar una imagen confiable, responsable y profesional a través de los medios de comunicación. Se valorará la asistencia y participación.

Referencias

- ALCAT, Enrique. ¡Influye! : claves para dominar el arte de la persuasión. Barcelona: Alienta, 2011
- LUNTZ, Frank I. La palabra es poder: lo importante no es lo que dices sino lo que la gente entiende Madrid. La esfera de los libros, 2011.
- GARCÍA GONZÁLEZ, José Manuel. Hablar bien en público: técnicas de comunicación oral y preparación de discursos y presentaciones. Barcelona: Profit, 2015
- VALLEJO-NÁGERA, Juan Antonio. Aprender a hablar en Público hoy. Barcelona: Planeta, 2013
- DUEÑAS SANZ, Beatriz. De Cicerón a Obama: el arte de comunicar con eficacia, retórica, oratoria y técnicas de expresión oral. Oleiros, La Coruña: Netbiblo, D.L. 2011.
- VÁZQUEZ SANDE, Pablo (2016). El «storytelling» en la literatura científica española: hacia un estado de la cuestión. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº12. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 27-44. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.12.3>
- SILVERMAN, DANIEL. 2011. Muerte por PowerPoint y cómo diseñar presentaciones efectivas. [en línea]. S.l. Disponible en: <http://es.slideshare.net/silversix65/muerte-por-powerpoint-10609433>
- ATKINSON, M. (2005). Claves para hablar en público. Barcelona: Gestión 2000.
- BUSTÍNDUY, I. (2013). Presentaciones efectivas. Técnicas para la exposición oral de trabajos y proyectos académicos. Barcelona: UOC.
- COROMINA, E., et al (2002). El trabajo de investigación. El proceso de elaboración, la memoria escrita, la exposición oral y los recursos. Vic-Barcelona: Eumo-Octaedro.
- MARTÍNEZ SELVA, J. M. (2006). Aprender a comunicarse en público. Barcelona: Paidós.

ARBIGAY, L., & PAGÁN, C. (2004). *Cómo hablar en radio y televisión, entrenamiento para medios*. Buenos Aires, Argentina: Longseller.

JEREMY DONOVAN, A. (2013). *Método TED para hablar en público*. Barcelona: Ariel,

ANDERSON, C. (2016). *Charlas TED*. Barcelona: ediciones gestión 2000,

FINLAY, Alan (2012) *Cómo comunicar la investigación para influir: estrategias y desafíos para generar el cambio*. Edtion ed.: Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC), 2012.

https://www.apc.org/es/system/files/APCCommsForInfluence_ES_20120921_1.pdf

BADOS, Arturo (2005). “Miedo a hablar en público: Naturaleza, evaluación y

tratamiento”. Barcelona: Universitat de Barcelona. MADARIAGA, G. T., MURÉLAGA,

J., & VIDALES, N. L. (2008). *Comunicación emocional y miedo escénico en radio y televisión*. *Signo y Pensamiento*, 27(52), 134-144.

DAVIS, F. (1999). *La comunicación no verbal*. (Eds.), Alianza Editorial SA. Madrid.