

Proyecto de Innovación Docente – Convocatoria 2019/20

1. Título del proyecto

Agencia de Comunicación Corporativa y Digital.

2. Responsable del proyecto

Javier Lozano Delmar.

3. Resumen del proyecto

El objeto de este Proyecto de Innovación Docente es aprender y adquirir las competencias de comunicación corporativa a través del diseño y creación de una agencia de relaciones públicas integrada por todos los estudiantes de la promoción. En otras palabras, convertir la clase en una agencia de comunicación real. Y, para ello, se asumirán las siguientes tareas y trabajos en las diferentes asignaturas:

- Diseño de materiales para la fundación de la propia agencia: nombre, logo, credenciales, cartelería, video del equipo, etc.
- Campañas creativas para clientes reales.
- Creación y desarrollo de materiales gráficos y audiovisuales para dichos clientes.
- Informes de tendencias de comunicación, marketing, RSC, reputación, etc.
- Entrevistas con profesionales destacados del sector.
- Presupuestación de proyectos en comunicación y definición de cronogramas.
- Aprendizaje Servicio: Materiales de comunicación externa para ONGs y fundaciones: dossier de prensa, notas de prensa, mensajes clave, diseño de eventos, etc.
- Desarrollo de planes estratégicos de comunicación para Startups.

Este proyecto implica también la comunicación y promoción posterior de los trabajos a través de la comunicación web de los alumnos (equipo de la agencia), algo que potenciará aún más su empleabilidad posterior al generar un portfolio. Para ello los alumnos aprenderán a manejar las herramientas necesarias para esta tarea: diseño en WordPress, gestión de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.), publicidad en medios sociales, relación con influenciadores, etc.

Las asignaturas con las que se quiere implantar el proyecto son una de las primeras en el cronograma del máster -Creatividad, Diseño y Producción Audiovisual- y una de las últimas -Comunicación digital I- para comunicar los frutos del proyecto.

El objetivo de la asignatura “Creatividad, Diseño y Producción Audiovisual” es utilizar la creatividad para poner en marcha acciones de comunicación diferenciales que tengan un gran impacto en los públicos. Al final del proceso de aprendizaje, el profesor coordinador deberá evaluar si el estudiante ha adquirido las siguientes competencias específicas a través de la metodología aprendizaje por proyecto:

- Realizar propuestas de comunicación diferenciadoras a partir del desarrollo de un criterio creativo propio y fundamentado a la hora de enfrentarse a dichos proyectos.
- Producir elementos específicos y encontrar los recursos pertinentes de comunicación gráfica, digital y audiovisual con calidad creativa: imágenes, copywriting, dirección de arte, maquetación, videos, interactividad, social media, plataformas, etc.
- Manejar el software y las herramientas necesarias para el desarrollo de las competencias creativas: Photoshop, Ilustrador, InDesign, cámaras, Premier, herramientas online y otros recursos gratuitos, etc.
- Gestión eficaz del tiempo y de los proyectos en el desarrollo de proyectos creativos de diseño y producción.

Como señalábamos, para poner en práctica todo este trabajo se ha decidido implantar a lo largo de todo el proceso una metodología de Aprendizaje por Proyecto, que permite convertir al estudiante en protagonista de su propio aprendizaje. Además, como señalan Badía y García (2006) el método supone “la propuesta al grupo de estudiantes de la resolución de problemas o la búsqueda de respuestas a cuestiones complejas”. A partir de ahí, los estudiantes deberán diseñar su propio plan de actuación y tomar las decisiones que les permitan ponerlo en práctica.