

4.1 **Sistemas de Información previa a la Matriculación**

Información previa a la matriculación

El Centro Universitario San Isidoro, Centro Adscrito a la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, ha establecido un conjunto de acciones y procedimientos a desarrollar para informar, difundir y orientar sobre los estudios en él ofertados así como sobre las salidas profesionales vinculadas a los mismos.

Visita a Centros de Enseñanza Secundaria y Bachillerato

La visita a los Centros de Enseñanza Secundaria ha sido la actividad de promoción tradicional a través de la historia del Centro Promotor. Estas visitas pueden suponer dos tipos de encuentros: con personal responsable de la orientación de los alumnos, para que éstos realicen la difusión de la información que se le transmite, o bien con los propios alumnos. En el caso de estos segundos, se trata de transmitir a los alumnos la relevancia de la decisión que van a tomar en relación a la elección de la titulación a estudiar exponiendo, en mayor profundidad, la oferta de títulos del Centro Universitario San Isidoro. El objetivo central de la sesión será doble: hacer difusión de las titulaciones ofertadas en el Centro Universitario San Isidoro así como las vías de acceso a las mismas.

Jornadas de Puertas Abiertas para Centros de Enseñanza Secundaria y Bachillerato

Con el objetivo de que los alumnos se puedan crear una imagen lo más real posible de la experiencia educativa en el centro Universitario San Isidoro, éste continuará con la tradición de celebrar Jornadas de Puertas Abiertas para aquellos centros que decidan visitar sus instalaciones. De esta manera, el alumno puede comprobar, in situ, las instalaciones en las que se desenvolverá su experiencia educativa al tiempo que conocer el equipamiento específico aplicado con el que cuentan las titulaciones en el mismo impartidas. De nuevo, el objetivo central de la sesión será doble: hacer difusión de las titulaciones ofertadas en el Centro Universitario San Isidoro así como las vías de acceso a las mismas.

Participación en Ferias y Salones Educativos

El Centro Universitario San Isidoro estará presente en las Ferias y Salones Educativos que se celebren en España. Estos suponen una efectiva vía para difundir la oferta

académica del Centro. A las Ferias y Salones tradicionales se le deben unir aquellos de más reciente creación y que han sido promovidos por instituciones locales. Con su presencia en tales eventos, se logra realizar una importante labor de difusión e información previa para el alumnado de determinadas zonas geográficas.

Elaboración y Difusión de Material Informativo

Dentro de la labor de difusión que el Centro Universitario realizará se incluye la elaboración de publicaciones y material divulgativo. Dentro de este apartado, han perdido relevancia los canales tradicionales de difusión en beneficio de aquellos caracterizados por un uso intensivo de las nuevas tecnologías. Dentro de la elaboración del material informativo, es tradicional la elaboración de folletos y dípticos tanto de la oferta académica global como otros más específicos diseñados para determinados perfiles de alumnos y titulaciones. Como vía principal de difusión se emplea la página web del Centro así como la presencia de su oferta formativa en los principales portales especializados. A través de la web se puede consultar toda la información referente a las vías y plazos de acceso, criterios de admisión y perfil de ingreso recomendado, así como noticias e información de las estructuras y medios materiales del Centro.

Perfil de Ingreso Recomendado

Es recomendable que los alumnos que pretendan iniciar sus estudios en el Grado de Comunicación posean un interés humanístico, espíritu crítico, con capacidad de argumentación. Deben contar con habilidades técnicas y creativas, con buena disposición hacia las tecnologías, su progreso y las novedades que vayan apareciendo en el panorama contemporáneo, con capacidad para el trabajo en equipo, y con una clara vocación por el mundo de la Comunicación.

El estudiante que desee cursar esta titulación debe tener inquietud por saber y conocer sobre la comunicación y con ello contribuir, por un lado, a informar de lo que sucede en el mundo y, por otro, a favorecer en la mejora de la sociedad. Estos conocimientos estarán dirigidos a aquellos que deseen formar parte activa en los procesos de Comunicación, con todo lo que ello implica. Los cambios introducidos por la tecnología de la información y de la comunicación en este sector provocan que, al lado de la tradicional especialización en disciplinas comunicativas independientes (comunicación audiovisual, periodística y publicitaria), surja con fuerza en el mercado laboral la necesidad de otros nuevos profesionales. De ahí que los alumnos que cursen esta titulación tengan que ser polivalentes, con capacidad de adaptación al cambio y con conocimientos sobre

procesos cada vez más interrelacionados.

Así mismo, es conveniente que los alumnos que posean ya otra titulación universitaria cuenten con estudios relacionados del mismo modo con las Ciencias Sociales, las Humanidades, Bellas Artes y Empresa. Se recomienda un nivel medio de segundo idioma, preferentemente inglés.

En el desarrollo de todas las acciones formativas citadas se describen los rasgos y características idóneos para iniciar estos estudios por su afinidad con los correspondientes planes de estudio. Del mismo, se prevé la orientación particularizada a través de entrevistas personales que serán de tipo informativo y orientativo y que no suponen un requisito para la aceptación y posterior matriculación.

Perfil de egreso

A continuación se detallan los perfiles de egreso del Grado en Comunicación en sus distintas menciones. Sobre tales perfiles de egreso se informa al alumno en la entrevista, a los efectos de orientarles para la elección de la Titulación adecuada atendiendo a su perfil personal.

El egresado en la Mención de Comunicación Periodística será un profesional capacitado para ejercer una labor informativa adaptada a los requisitos de estilo y formato de los distintos medios de comunicación: prensa escrita, radio, televisión y periodismo digital. Es un periodista que reconoce los criterios noticiosos de un hecho. A su vez se dedica a la búsqueda de fuentes y a la redacción de diversos géneros periodísticos en sus distintos soportes, sabiéndose adaptar a las temáticas específicas que aborde.

Dispone de una equilibrada preparación cultural, teórica, técnica y práctica que le ha instruido en el análisis, diseño, desarrollo y evaluación en los procesos y estrategias periodísticas. Dicha formación le hace contar con un alto componente creativo que le permite distinguirse y a su vez llegar a los receptores con la responsabilidad social que esta profesión requiere.

Otra de las vertientes profesionales del egresado es ejercer la comunicación en los departamentos o gabinetes de instituciones privadas o públicas o bien formando su propia empresa.

En resumen, el egresado es un profesional competente para realizar las funciones propias de la comunicación periodística, particularmente las siguientes:

- Redacción de contenidos periodísticos para prensa, radio, TV y medios digitales.

- Producción de programas radiofónicos, televisivos y digitales de carácter informativo.
- Elaboración de piezas periodísticas en formato audiovisual.
- Búsqueda de información documental y análisis de fuentes periodísticas.
- Generación de contenidos adaptados a los nuevos medios de comunicación.
- Recopilación, elaboración y transmisión de información relativa a las áreas concretas y específicas del periodismo.
- Informar y opinar en los medios de comunicación a partir de un análisis crítico del entorno.
- Diseño y ejecución de documentos de carácter periodístico en distintos formatos.
- Creación y edición de contenidos periodísticos en la redacción del periódico.
- Organización y gestión de las empresas de comunicación, particularmente de empresas editoras.
- Redacción, locución y presentación en programas de radio y TV.
- Edición de publicaciones electrónicas en sus distintos formatos.
- Docencia e investigación en Comunicación.
- Consultoría de Comunicación.
- Información y generación de opinión a través de blogs y redes sociales.
- Generación de noticias en agencias de noticias.
- Diseño y ejecución de estrategias comunicativas en instituciones públicas y privadas.
- Información a través del fotoperiodismo y la infografía.

El egresado en la Mención de Comunicación Audiovisual es un profesional capacitado para idear, crear, producir y realizar productos de ficción y no ficción destinados a distintos medios de comunicación, como son el cine, la radio, la televisión, Internet y otros medios asociados. Por tanto, se ocupa de las tareas de guion, producción-realización y postproducción de piezas audiovisuales en sus distintos formatos: televisivos, videográficos, cinematográficos, radiofónicos y multimedia.

Dispone de una adecuada y equilibrada preparación cultural, teórica, técnica y práctica que le permite investigar y analizar obras y procesos audiovisuales, atendiendo a los factores políticos-económicos y culturales del sector. Dispone de conocimientos y ejercita las técnicas propias del lenguaje, producción y realización cinematográfica, visual y multimedia.

En resumen, el profesional de la Comunicación Audiovisual desarrolla las siguientes funciones en el sector de la comunicación:

- Dirección-realización audiovisual en distintos formatos: largometrajes, cortometrajes, documentales, videoclips, spots publicitarios.
- Edición de productos audiovisuales en entornos multimedia.
- Dirección-realización de programas de televisión de carácter informativo y de entretenimiento.
- Programación contenidos televisivos y radiofónicos.
- Producción audiovisual y multimedia.
- Elaboración del guion audiovisual.
- Dirección artística.
- Dirección técnica de producciones audiovisuales.
- Edición y postproducción audiovisual.
- Diseño gráfico audiovisual.
- Gestión de empresas audiovisuales, particularmente cadenas de televisión y productoras.
- Reportero audiovisual.
- Crítica de cine y TV analizando las obras audiovisuales en su contexto social y cultural
- Diseño de iluminación, sonido y puesta en escena.
- Postproducción y masterización de productos audiovisuales.
- Docencia e investigación en Comunicación.

El egresado en la Mención de Comunicación Publicitaria y Relaciones Públicas es un profesional capacitado para dar respuesta a las necesidades comunicativas y persuasivas del mercado publicitario y de las Relaciones Públicas. Para ello se dedica al desarrollo creativo y producción de mensajes publicitarios, planifica la estrategia publicitaria y propone un plan de medios para cumplir con las estrategias marcadas, contribuyendo al posicionamiento de la imagen de marca, empresas, productos y servicios.

Posee una adecuada y equilibrada preparación cultural, teórica, técnica y práctica, con un elevado componente creativo, que le permite participar y ejercer funciones para la creación y transmisión de mensajes publicitarios y persuasivos en distintos formatos. Asimismo participa activamente en las campañas de relaciones públicas de las empresas planificando las mismas y marcando su estrategia desarrollando la comunicación corporativa.

Así, un profesional de la Publicidad y las RR.PP. realiza las siguientes funciones en el mercado de la Comunicación:

- Desarrollo de planes y estrategias de comunicación publicitaria y las Relaciones Públicas.
- Desarrollo de productos creativos aplicados a la comunicación de productos y servicios.
- Análisis y selección de los medios de comunicación y gestión de clientes.
- Planificación, supervisión y evaluación de campañas publicitarias.
- Elaboración de piezas y mensajes publicitarios en sus distintos formatos.
- Organización de un plan de medios, sean estos impresos, audiovisuales analógicos o digitales
- Diseño de una marca y de su identidad visual corporativa y del manual de identidad corporativa.
- Planificación de estrategias creativas en orden a la transmisión y percepción del mensaje publicitario.
- Dirección de arte en el proceso de creación publicitaria
- Creatividad publicitaria a través de las técnicas de diseño gráfico
- Diseño y ejecución de estrategias y planes de RR.PP. para las instituciones y empresas.
- Diseño y gestión de la comunicación corporativa tanto en su ámbito externo como interno.
- Organización de eventos y del protocolo en actos públicos y privados.
- Docencia e investigación en Comunicación.
- Consultoría en comunicación.
- Gestión y organización de empresas de Publicidad y Relaciones Públicas, particularmente en agencias de publicidad.
- Dirección y gestión de cuentas de clientes.

Salidas académicas en relación con otros estudios

El presente título de Grado, de acuerdo con la normativa de aplicación, permite el acceso a los estudios de máster universitario, y posteriormente el acceso al doctorado cuando se haya obtenido el título de máster universitario y se hayan superado al menos 300 créditos ECTS.

Procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso

Una vez comienza el proceso de inscripción, el Centro Universitario San Isidoro pone a disposición de los estudiantes un dispositivo de información y acogida para facilitar su inscripción, incorporación e integración como alumno de la escuela. La Comisión de Admisiones lleva el peso de esta importante función, gestionando no sólo las solicitudes de admisión sino realizando entrevistas personales que faciliten la deliberación de dicha Comisión. Además, a través de la web se pone a disposición del futuro alumno y de cualquier persona que esté interesada en nuestra Escuela la siguiente información: sobre la escuela, historia, proyecto educativo, situación, planos, transporte, dónde alojarse, etc.

Programa de Bienvenida en los estudios

Durante la primera semana de clase se desarrolla el programa bienvenida, que persigue los siguientes objetivos:

- Familiarizar al alumno el Plan de Estudios del Título a cursar. Se trata de lograr que el alumno, desde el primer año, logre tener una visión de conjunto de la titulación que va a cursar y de la evolución que están teniendo los perfiles profesionales que, inicialmente, tratarán de cubrir.
- Presentar al alumno cada una de las asignaturas que se le impartirán en el correspondiente curso académico.
- Presentar al alumno a sus correspondientes tutores y profesores, figuras clave en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Programa de acercamiento al Centro Universitario San Isidoro

Un elemento fundamental en el éxito de la experiencia educativa del alumno es que éste llegue a conocer, para poder emplear y sacar el máximo provecho, los servicios que el Centro pone a su disposición así como el sistema de uso. Entre éstos cabe destacar la Biblioteca, salas taller y aulas de informática. No obstante, para lograr que el proceso educativo durante su estancia en el Centro resulte óptima, el alumno cuenta tanto con un Programa Tutorial con el objetivo de que cuenten, desde el primer año, con una persona que pueda actuar de puente entre el Centro y el alumno, como con un Departamento de Integración y Orientación Profesional que le orientará en el proceso de Integración Laboral.