

R15 Terminología en Internet

Profesora: Amparo Alcina

TIPO:	Optativa 1r. ciclo (Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas). Créditos: 4'5
CURSO:	2001/02
TUTORÍAS:	1r. semestre: lunes de 11 a 14 y jueves de 10 a 13h 2º semestre: martes y miércoles de 13 a 15 y de 16 a 17 h.

Introducción

La comunicación especializada de las empresas e instituciones a través de Internet abarca una gran variedad de destinatarios (expertos y no expertos), y una gran variedad de funciones (informativa, emotiva, recreativa, publicitaria, etc.) que puede asumir este nuevo medio de comunicación.

Los intereses temáticos de los usuarios de Internet pueden ayudarnos a distinguir distintos perfiles, y el análisis eficaz de la terminología de un determinado campo temático puede ayudarnos a localizar los destinatarios más adecuados para nuestros mensajes publicitarios.

En este curso se pretende que los futuros profesionales de la publicidad conozcan las características específicas de la comunicación interactiva a través de Internet, y aprendan a investigar en la terminología como instrumento que facilitará el mejor conocimiento del producto y de los centros de interés de los destinatarios de la comunicación publicitaria.

Objetivos

- Comprender la naturaleza específica de Internet en relación con la publicidad, especialmente en lo que se refiere a los contenidos y el perfil del navegante.
- Analizar y crear páginas web corporativas organizadas, acordes con los principios específicos del medio.
- Aprender estrategias para promocionar las páginas web de empresa.

Contenidos

1. Introducción a la informática

Hardware: Unidad Central de proceso, memorias y periféricos. Programas. Tipos de programas. Software: Sistema operativo MS-DOS, el entorno gráfico Windows 95 y software de aplicaciones. Funcionamiento del ordenador. Datos: ficheros, tipos de ficheros y sus extensiones. Programas de utilidades: programas para la compresión y descompresión de ficheros, programas anti-virus.

2. Internet

Introducción a las redes y la conexión telefónica a redes. Estructura de Internet. Servicios de Internet: telnet, FTP, correo electrónico, listas de correo, foros de debate, WWW. Programas para acceder a estos servicios. Los buscadores. Funciones de Internet.

3. Características de la comunicación en Internet

Los tipos de texto en Internet: estructura y función. El hipertexto. Tipos de publicidad en Internet. El contenido del mensaje. La organización del mensaje a partir de los intereses del usuario de Internet.

4. La terminología

Dimensiones de la terminología. El término: denominación y concepto. Análisis del concepto y de los tipos de características. Representación del concepto: la definición. Relaciones entre conceptos: relaciones lógicas, ontológicas y pragmáticas. El árbol conceptual y su representación. Bases de conocimiento.

5. Aplicaciones prácticas

La estructura del hipertexto basada en la organización conceptual. La investigación del centro de interés del individuo a partir de los términos. El uso eficaz de la terminología en el espacio Web propio de la empresa. La búsqueda de otros espacios Web donde insertar publicidad con ayuda de la terminología. Publicitar los espacios web mediante otros servicios de Internet.

Metodología

Clases teórico-prácticas. Prácticas en laboratorio de informática.

No se requieren conocimientos previos de Internet.

Evaluación

Para aprobar la asignatura será necesario realizar todas las prácticas propuestas durante las clases. La evaluación de la asignatura se realizará mediante un trabajo práctico que consistirá en alguna de las aplicaciones de terminología en la publicidad en internet. En el trabajo se valorará la aplicación de los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

Bibliografía

Acevedo, F.; D. Zurdo; A. Sicilia, 1998, *Buscadores de Internet*. Paraninfo. Madrid.

Arntz, Reiner y Heribert Picht, 1989, *Introducción a la terminología*. Col. Biblioteca del libro. Ed. Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Cabré, M^a Teresa, 1992, *La Terminología. La teoria, els mètodes, les aplicacions*. Ed. Les Naus d'Empúries. (También en castellano).

- Calvo, A; J.M. Gutiérrez ; J.A. Merino, 1997, *Cómo hacer negocios en Internet*. Paraninfo. Madrid.
- De Salas Nestares, M.I., 1999, *La comunicación publicitaria interactiva en Internet*. Fundación Universitaria San Pablo. C.E.U. Valencia.
- Guerrero Ramos, Gloria, 1995, *Neologismos en el español actual*. Col. Cuadernos de lengua española. Ed. Arco/Libros. 52 págs.
- Martín de Antonio, R., 2000, *Internet como medio publicitario*. Universidad Europea de Madrid. Madrid.
- Parra, B., 1996, *Internet en España*. Anaya. Madrid.
- Sager, J. C., 1990, *A practical course in terminology processing*. John Benjamins. Amsterdam; Filadelfia. 254 pp. [Versión en castellano: *Curso práctico sobre el procesamiento de la terminología*. (con un capítulo adicional de Joan Torruella y Gloria Clavería) Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Madrid. 1993. 442pp] (P305.S2418)
- Sterne, J., 1997, *Marketing en la World Wide Web. Integre Internet en su estrategia de marketing*. Jumerca. Valencia.
- Vicente Jordana, J., 2000, *Publicidad y comunicación en Internet*. Anaya Multimedia. Madrid.