UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: PUBLICIDAD TELEVISIVA
Código: FLC0260
Paralelo:
Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017
Profesor: VINTIMILLA UGALDE OSCAR GUSTAVO
Correo electrónico ovintimilla@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
5				5

Prerrequisitos:

Código: FLC0249 Materia: PUBLICIDAD II
Código: FLC0254 Materia: PRODUCCION DE VIDEO I

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura de publicidad televisiva aporta al estudiante los conocimientos necesarios para elaborar spots y material audiovisual a reproducirse en el medio televisivo. De igual manera proporciona los parámetros y las exigencias que implica la realización de productos para la televisión.

Se pretende abarcar aspectos técnicos, compositivos y creativos al momento de desarrollar publicidad televisiva, teniendo en cuenta la naturaleza del espectador en relación al medio. Se tratará los medios con los cuales se debe competir en la actualidad y las ventajas y desventajas que presenta este tipo de comunicación. Incluye un espacio de análisis de publicidades a nivel local e internacional, que permitirá encontrar elementos que ayuden a la elaboración de publicidades de mayor calidad narrativa a nivel de discurso y de estética visual.

Se relaciona directamente con asignaturas como guiones, video I, publicidad, redacción publicitaria, herramientas gráficas, campañas y multimedia.

3. Contenidos

1.	**Publicidad televisiva: Parámetros, regulaciones y adversidades**
1.1.	Tipos de publicidad televisiva y detractores (1 horas)
1.2.	Elaboración de presupuesto, derechos de autor. (2 horas)
2.	**Grafismo Televisivo**
2.1.	Fundamentos: Función comunicacional y persuasiva (2 horas)
2.2.	Elementos visuales (3 horas)
2.3.	Identidad de la Cadena televisiva (2 horas)
2.4.	Ejercicios y dinámicas (5 horas)
3.	**Análisis de publicidades televisivas**
3.1.	Visionado, análisis y debate de publicidades (25 horas)
4.	**Producción**
4.1.	Preproducción, producción y postproducción de spots publicitarios de diversa índole. (40 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
bb. Define y desarrolla técnicas para la creación de productos comunicacionales en formato de video.	
-Analiza spots publicitarios para la obtención de factores que aporten una mayor calidad en la comunicación del mensaje audiovisual.	-Trabajos prácticos - productos
-Estructura y produce spots publicitarios para televisión.	-Trabajos prácticos - productos
-Integra diferentes aplicaciones para el desarrollo de proyectos audiovisuales.	-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	SPOT 30" - TEMA ENTREGADO POR EL PROFESOR		APORTE 1	5	Semana: 5 (17/04/17 al 22/04/17)
Trabajos prácticos - productos	SPOT 45" - APORTE SOCIAL		APORTE 2	10	Semana: 9 (15/05/17 al 17/05/17)
Trabajos prácticos - productos	PROPUESTAS VISUALES "TINTA-TINTO"		APORTE 3	5	Semana: 12 (05/06/17 al 10/06/17)
Trabajos prácticos - productos	RECREACIÓN DE SPOT PUBLICITARIO: GUIONIZACIÓN DE ESCENAS Y PRODUCCIÓN		APORTE 3	10	Semana: 15 (26/06/17 al 01/07/17)
Trabajos prácticos - productos	SPOT 40" - TEMA LIBRE (PROPUESTA INÉDITA PARA CLIENTE REAL)		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Trabajos prácticos - productos	SPOT 40" - PROPUESTA INÉDITA PARA CLIENTE REAL (RESTRUCTURACIÓN DE EXAMEN FINAL)		SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

Metodología

VISIONADO Y ANÁLISIS DE SPOTS PUBLICITARIOS
CLASES EXPLICATIVAS
PRODUCCIONES VARIAS DE APLICACIÓN DE CONCEPTOS

Criterios de Evaluación

CONCEPTUALIZACIÓN Y SÍNTESIS
COMUNICACIÓN DEL MENSAJE AUDIOVISUAL
COMPOSICIÓN VISUAL
CALIDAD DE IMÁGEN / SONIDO
CALIDAD DE RENDER FINAL

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Páramo, José Antonio	Espasa	Cine y TV: terminología técnica	2002	
Jay Heizer Barry Render	Pearson	Administración de Producción	2009	
Burrows, Thomas D.	McGraw-Hill	Producción de video: disciplinas y técnicas	2003	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 14/03/2017

Estado: Aprobado